

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO SOBRE LA  
VISIBILIZACIÓN DE LAS MARCHAS DE LOS GRUPOS  
VULNERABLES EN LA PLAZA EL QUINDE**

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**EDWIN GABRIEL FLORES FLORES**

**DIRECTOR: LIC. ROQUE EUDALDO RIVAS ZAMBRANO**

**Quito –Ecuador  
2013**

## **DEDICATORIA**

A mi abuelita Gladys, por el amor con el que cuidó a su familia.

A mi madre, por su sacrificio y entrega.

A mi abuelito José y a mi tío Iván, por creer en mí.

A mis hermanas, por los momentos vividos.

A la Bonita, porque en la calle codo a codo siempre somos más que dos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco al licenciado Roque Rivas Zambrano, mi primer maestro en el fascinante mundo del periodismo. Por la amistad y apoyo brindado para culminar con este paso dentro de mi formación profesional.

A mi familia, amigos y todas las personas que colaboraron durante esta investigación.

A la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, por brindarme las herramientas necesarias para el desarrollo de este estudio.

## **AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, Edwin Gabriel Flores Flores en calidad de autor del trabajo de tesis “Análisis del discurso periodístico sobre la visibilización de las marchas de los grupos vulnerables en la plaza El Quinde”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6,8; 19 y demás pertinente de la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

Quito, 18 de octubre de 2013



CC: 1719774182

[gabriel.floresf77@gmail.com](mailto:gabriel.floresf77@gmail.com)

## **CERTIFICADO**

En mi condición de Director (tutor), certifico que el Señor Edwin Gabriel Flores Flores ha desarrollado la tesis de grado titulada, “Análisis del discurso periodístico sobre la visibilización de las marchas de los grupos vulnerables en la plaza El Quinde”, observando las disposiciones institucionales que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo para que el mencionado señor reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Carrera de Comunicación Social y proceda a la exposición de su contenido bajo mi dirección.



Lic, Roque Eudaldo Rivas Zambrano  
Director

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|  |     |
|--|-----|
| DEDICATORIA  | iii |
| AGRADECIMIENTO   | ii  |
| AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL                     | iv  |
| HOJA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS                   | v   |
| ÍNDICE DE CONTENIDO  | vi  |
| ÍNDICE DE ANEXOS   | vi  |
| RESUMEN  | ix  |
| ABSTRACT   | x   |
| INTRODUCCIÓN   | 1   |
| JUSTIFICACIÓN  | 2   |
| <b>CAPÍTULO I</b>  |     |
| LA COMUNICACIÓN  | 3   |
| 1.1 La comunicación humana                                 | 3   |
| 1.2 La comunicación escrita                                | 4   |
| 1.3 Los primeros soportes tecnológicos de la escritura     | 6   |
| 1.4 La comunicación de masas                               | 9   |
| 1.5 Medios de comunicación masiva: el periódico            | 11  |
| 1.6 Teoría funcionalista                                   | 12  |
| 1.6.1 El funcionalismo en la comunicación de masas         | 13  |
| 1.6.2 La agenda-setting                                    | 13  |
| <b>CAPÍTULO II</b>   |     |
| LA MARISCAL: LA CIUDAD JARDÍN                              | 16  |
| 2.1 Historia del barrio La Mariscal Sucre                  | 16  |
| 2.2 Participación de gente extranjera en La Mariscal       | 19  |
| 2.3 Las dos caras de La Mariscal                           | 20  |
| 2.4 Estrategias de recuperación                            | 21  |
| 2.5 De segundo centro a centro de entretenimiento          | 23  |
| 2.6 La Plaza El Quinde                                     | 23  |
| 2.6.1 El Quinde: un espacio de encuentros                  | 23  |
| 2.6.2 La plaza: un referente histórico del espacio público | 25  |
| 2.6.3 Tipos de plazas                                      | 27  |
| 2.7 Los grupos vulnerables                                 | 29  |
| 2.7.1 La Marcha de las Putas                               | 30  |

### **CAPÍTULO III**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>EL DISCURSO</b>                                   | <b>32</b> |
| 3.1    La estructura del discurso                    | 33        |
| 3.2    Estrategias de inicio                         | 33        |
| 3.3    Estrategias de desarrollo                     | 33        |
| 3.4    Estrategias de cierre                         | 34        |
| 3.5    Estrategias de fondo                          | 34        |
| 3.6    Estrategias de superficie                     | 35        |
| 3.7    Lo ideológico                                 | 36        |
| 3.8    Tipos de discursos                            | 36        |
| 3.8.1    Discurso retórico                           | 36        |
| 3.8.2    Discurso cotidiano                          | 37        |
| 3.8.3    El Discurso periodístico                    | 37        |
| 3.9    Los géneros periodísticos                     | 38        |
| 3.9.1    Breve historia de los géneros periodísticos | 38        |
| 3.9.2    La noticia                                  | 40        |
| 3.9.3    La crónica                                  | 41        |
| 3.10    El estilo periodístico                       | 42        |
| 3.11    Las fuentes periodísticas                    | 44        |
| 3.12    El Comercio: breve reseña histórica          | 45        |
| 3.12.1    Estructura de la redacción                 | 47        |
| 3.13    El Quiteño                                   | 48        |

### **CAPÍTULO IV**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>ANÁLISIS DE LAS NOTICIAS SOBRE LA MARCHA DE LAS PUTAS</b> | <b>50</b> |
| 4.1    Introducción  | 50        |
| 4.2    Objetivos de la investigación                         | 50        |
| 4.3    Metodología   | 51        |
| 4.4    Matrices  | 51        |

### **CAPÍTULO V**

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| <b>5. CONCLUSIONES</b>            | <b>67</b> |
| 5.1    Conclusiones por objetivos | 67        |
| 5.1.1    Conclusión General       | 68        |
| 5.2    Recomendaciones            | 69        |

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b> | <b>70</b> |
|---------------------|-----------|

|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| <b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> | <b>72</b> |
|-------------------------|-----------|

|   |    |
|---|----|
| Anexo 1. Entrevista a Alejandro Ribadeneira. Editor de la sección Sociedad de diario El Comercio. | 72 |
|---|----|

|   |    |
|---|----|
| Anexo 2 Testimonio de Edwin Hidalgo ex morador del barrio La Mariscal | 75 |
| Anexo 3. Noticia El Quiteño   | 79 |
| Anexo 4. Noticia El Comercio  | 80 |



Análisis del discurso periodístico sobre la visibilización de las marchas de los grupos vulnerables en la plaza El Quinde

Journalistic discourse analysis on the visibility of the marches of vulnerable groups in the El Quinde square.

## **RESUMEN**

Esta investigación gira en torno al análisis de las estrategias discursivas que utilizaron los reporteros del periódico El Quiteño y El Comercio, en la construcción de la noticias publicadas sobre la Marcha de las Putas, realizada el 20 de abril del 2013, en el barrio La Mariscal. El objetivo del estudio es evidenciar bajo qué estructuras discursivas y estilísticas se escribieron dichas noticias.

Los sustentos teóricos incluyen conceptos sobre la comunicación social, cómo funcionan los medios masivos, y las diferentes estrategias discursivas, con las que se construye una noticia. Incluye información sobre los grupos vulnerables, una breve reseña sobre la Marcha de las Putas, así como del barrio la Mariscal, la Plaza El Quinde, el periódico El Comercio y El Quiteño.

La investigación está sustentada en el análisis de los resultados obtenidos a partir de las matrices sobre las clases de estrategias de análisis de mensajes propuestas por el teórico Daniel Prieto. Se concluye que en los dos casos la estructura discursiva de las noticias está permeada por un manejo erróneo de información, datos, fuentes y estilo periodístico en el espacio público.

**PALABRAS CLAVES:** COMUNICACIÓN SOCIAL / ANÁLISIS DE MENSAJES / GRUPOS VULNERABLES / ESPACIO PÚBLICO / NOTICIAS / ESTILO PERIODÍSTICO

## **ABSTRACT**

This research analyzes discursive strategies used by journalist of El Quiteño Journal and El Comercio Journal when constructing the news published about the so called “The March of the Whores”, which took place on April 20, 2013, in La Mariscal neighborhood. The objective of this work is to make evident how these pieces of new were discursively built.

The theoretical sustentation includes concept about communication, mass communication, how mass media work and different discursive strategies with which news are constructed. Information about vulnerable groups, La Mariscal neighborhood an El Quinde Square is included, and El Comercio Journal and El Quiteño Journal.

This research is based on the analysis of the results obtained from the matrixes about the types of discursive strategies proposed by the professor Daniel Prieto. It is concluded that in both cases the discursive structure of the news is permeated by a wrong handling of information, data, sources and journalistic style in the public space.

**KEY WORDS: SOCIAL COMMUNICATION/MENSSAGES ANALYSIS/VULNERABLE GROUPS/NEWS/PUBLIC SPACE/JOURNAL STYLE**

## INTRODUCCIÓN

La construcción de la noticia impresa está permeada por factores como los lineamientos ideológicos y políticos del medio, la agenda que este construye, el trabajo periodístico, la subjetividad del redactor y el entorno en el que este se desenvuelve. Estos elementos se juntan al momento de redactar una información y dan cuerpo a lo que se denomina el discurso periodístico.

Esta investigación busca analizar cómo se construyó el discurso periodístico sobre la ‘Marcha de las Putas’, una manifestación en contra de la violencia hacia la mujer que se celebró el 20 de abril en el barrio Mariscal Sucre. Este evento que nació en Canadá en 2010, se celebra en Quito desde 2012. Este año el trabajo del colectivo tuvo una fuerte presencia en los medios, quienes destinaron extensas coberturas a este acontecimiento.

Dentro de este grupo están El Quiteño y El Comercio, periódicos público oficial y privado respectivamente. Dos medios distantes en el manejo de sus políticas y trayectoria pero que pueden ser parte de un mismo estudio a través de la utilización del análisis de las estrategias discursivas que sus periodistas utilizaron para la redacción de esta nota. El propósito de esta investigación es analizar cómo en estos medios, fue construido el discurso periodístico sobre la Marcha de las Putas y qué estrategias se utilizaron para su redacción.

Para esto se utilizaron presupuestos teóricos relacionados con la comunicación de masas y los medios impresos enmarcados dentro de una visión funcionalista. Se contextualizó la investigación con información sobre el barrio La Mariscal, la Plaza El Quinde, los grupos vulnerables y la Marcha de las Putas en el mundo y en el país. Se abordó el tema del discurso, los géneros periodísticos y la noticia. Finalmente, en la parte metodológica se aplicaron los presupuestos del teórico Daniel Prieto. El análisis de estas noticias se evidenció a través de dos matrices relacionadas con las estrategias discursivas.

## JUSTIFICACIÓN

En los últimos años, las actividades de los grupos vulnerables entre los que se encuentran las personas con discapacidad, niñas y niños, tercera edad, mujeres maltratadas y colectivos GLBTI han encontrado mayor espacio de difusión en los medios de comunicación masiva. Unas veces, porque estas logran activar una agenda que atrae a los medios y otra por las investigaciones que los periodistas realizan. En el primer caso, se pueden citar dos ejemplos: Helen Bicknell y Nicola Rothon, dos mujeres lesbianas que luchan para que en la inscripción de su hija las dos consten como madres, y la Marcha de las Putas, que se celebra en el país desde 2012.

En 2013, este acontecimiento tomó notoriedad en medios masivos de circulación nacional y local. Antes y durante la marcha, medios públicos y privados le dedicaron amplios espacios de cobertura. Páginas enteras con grandes fotos mostraron cómo se desarrolló el evento. Así se crearon diferentes discursos periodísticos de lo sucedido el 20 de abril, en el barrio de La Mariscal.

En tiempos donde el oficio del periodista ha sido echado a memos, es pertinente que todos los involucrados en el que Gabriel García Márquez definió como el mejor oficio del mundo, autoevalúen el manejo de la información y cómo están construyendo la noticia. Analizar cómo se pueden aplicar los presupuestos teóricos sobre las estrategias discursivas ayudará a que el gremio se dé cuenta, en el caso particular de esta investigación, si está visibilizando o invisibilizando el trabajo de los grupos vulnerables.

# CAPÍTULO I

## 1. LA COMUNICACIÓN

La comunicación es una práctica social que está presente en todas las actividades del ser humano. Parte de la necesidad que tienen las personas de intercambiar sus conocimientos, experiencias y sentimientos, con el fin de construir sentidos que les permitan interactuar con su entorno. Al respecto, coincide el Plan Director de Carrera de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central que define a la comunicación como:

Un hecho social omnipresente y permanente, que se expresa en el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos; de modo que quienes participan en ese intercambio se encuentran en capacidad de presuponer sentidos o conceptos similares. Bajo esta premisa, la comunicación se convierte en eje conductor de la praxis social, al contener a todas las formas de significación que se producen en la sociedad (Plan Director de la Carrera de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, 2003: 15).

La comunicación como proceso social se manifiesta a través de mensajes. Un mensaje es un conjunto de signos transmitidos por un emisor a través de un canal, con la finalidad de que lleguen a uno o varios destinatarios. Para el catedrático Alberto Pereira, la comunicación se manifiesta como un proceso que se cumple entre emisores y receptores, con el fin de producir, intercambiar y consumir mensajes en condiciones similares. Por este motivo ningún proceso comunicativo se puede entablar si de manera anticipada no se establecen convenciones sociales entre los usuarios.

La comunicación como proceso implica el estudio del fenómeno comunicacional desde una visión difusionista, es decir, como transmisión de mensajes. El interés se centra en la codificación y decodificación que realizan los usuarios, cómo se utilizan los canales y los medios, de qué manera se establecen los contactos. Se cataloga a la comunicación como un proceso mediante el cual unas personas influyen sobre otras (Pereira, 2002: 34).

### 1.1 La comunicación humana

Se establece a varios niveles: interpersonal, grupal y social. La comunicación interpersonal es la que se da entre dos personas. La comunicación grupal, se da entre grupos humanos que manejan los mismos códigos de significación. La comunicación social, llamada también comunicación de masas, es la que se da en un contexto global, caracterizado por la cantidad y velocidad de mensajes que circulan en la sociedad. Los medios de comunicación social, prensa escrita, radio, televisión e

Internet, son algunos de los canales por los que circulan los mensajes. *“Evidentemente lo que se denomina comunicación de masas es algo más que un sistema de circulación de noticias”* (Prieto, 1983: 35).

Para los intereses de esta investigación es importante develar cómo los medios de comunicación escrita, en el caso específico de diario El Quiteño y El Comercio, manejan esa circulación de noticias en relación a las marchas de los grupos vulnerables en la Plaza El Quinde. A lo largo de la historia, todas las sociedades han dependido de los procesos de comunicación, como una forma de organización vinculante. *“Siglo tras siglo. Bajo las distintas circunstancias del esfuerzo y la fortuna humanos, una de las características particulares del hombre ha sido su deseo y habilidad para comunicarse y para intercambiar significados con sus prójimos”* (Williams, 1991: 21).

La habilidad que tienen las personas para comunicarse se convierte, entonces, en una forma de organización que no evoluciona de una manera aislada, sino que está mediada por los canales por donde se transmiten los mensajes. Esos canales en la sociedad actual están mayoritariamente copados por los medios de comunicación masiva: televisión, prensa, radio, Internet. Todos productores de noticias, una mercancía que se adquiere y que influye en la forma en la que construyen las relaciones sociales con su entorno.

Cada mañana, de forma rutinaria, los ciudadanos que desean informarse leen el diario, escuchan la radio o ven la televisión. Estos individuos realizan el consumo de una mercancía un tanto especial: las noticias. A cambio de un desembolso económico, de forma gratuita o mediante el pago de la atención, que se computa en baremos de audiencia para el mercado publicitario, reciben una serie de mensajes. Esta información va a delimitar, en cierta medida, su horizonte cognitivo (Rodrigo, 1989: 13).

La información que las personas reciben a través de los medios de comunicación masiva es susceptible de reinterpretaciones. Cada individuo está condicionado por el contexto social e histórico en el que vive. Así, comunicación e información se convierten en elementos que no pueden separarse porque forman parte un mismo proceso social.

## **1.2 La comunicación escrita**

El surgimiento de la comunicación escrita tiene sus orígenes en la capacidad que adquirió la humanidad para manipular herramientas con una mano y su dedo pulgar. Prensar los objetos con sus

dedos le permitió acceder a nuevos conocimientos, entre ellos, la escritura. Un proceso que según investigaciones inició en el Alto Paleolítico. Las pruebas del surgimiento de este proceso se encuentran en las cuevas del sudoeste de Francia, en los refugios de roca del sur de África y en las cortezas de abedul de la tribu india estadounidense Ojibwa.

Para llegar a esta instancia, en su afán de comunicarse, el hombre tuvo que pasar por una serie de procesos que, según Manuel Vásquez Montalbán, se dividen en cuatro fases de codificación de signos y fonemas. Todos con el propósito de establecer comunicaciones personales y comunitarias. La primera fase Mnemónica o de memoria se caracterizó por el uso de objetos reales que servían como datos o mensajes, entre personas que vivían distantes las unas de las otras y que no compartían el mismo sistema convencional de comunicación. Un ejemplo de esto es el quipu. Una serie de cuerdas anudadas para celebrar acontecimientos felices, servir como instrumentos de cálculo o guardar los recuerdos de un miembro que falleció en una tribu. Este método fue utilizado por los antiguos peruanos y egipcios.

En tiempos más antiguos, cuando los Incas se instalaban en una región, elaboraban un censo y registraban los datos en quipus. La producción de las minas de oro, la composición de la mano de obra, la cantidad y tipos de tributo, los contenidos de los almacenes -hasta la última alpargata-, todo era registrado en quipus. Los quipus son probablemente anteriores a la llegada al poder de los Incas. Pero bajo el reinado de estos se convirtieron en parte del arte de gobernar (Crowley-Heyer, 1997:60).

En la segunda fase de comunicación, la pictórica, los mensajes se transmiten a través de la pintura, lo que se buscaba era representar objetos. Estos grabados no solo aparecieron en la pintura rupestre sino en objetos de uso cotidiano como, los utensilios destinados a la alimentación, armas y artículos de valor que se usaban en el intercambio comercial. La tercera fase, la ideográfica, es el resultado de la asociación de símbolos pictográficos con objetos e ideas. Los signos son utilizados para representar ideas. La expresión ideográfica fue la base de las formas primitivas del real alto, reflejadas en la escritura ideográfica de las culturas precolombinas o mesopotámicas. Este sistema de comunicación alcanzó su máxima expresión en la escritura jeroglífica de la cultura egipcia.

Finalmente, en la cuarta fase denominada fonética, el signo representa a un sonido, fuera de palabras enteras, de sílabas o de lo que hoy llamamos letras, como unidad fonética menor. La invención del alfabeto fue el nivel más significativo de la codificación primitiva de la comunicación. Este proceso fue propiciado por los pueblos con mayor desarrollo social y más capacidad de interrelación comercial. Según Manuel Vásquez Montalbán, el alfabeto era una clave de intercomunicación y al

mismo tiempo un ariete de penetración cultural en manos de los pueblos de la antigüedad, creadores de las primeras rutas del comercio marítimo y terrestre.

### **1.3 Los primeros soportes tecnológicos de la escritura**

Independiente del sistema de signos empleados para el proceso comunicativo, las personas necesitaban un soporte material que les permita crear un ámbito de emisión y recepción del mensaje. Piedra, bronce, cobre, entre otros, fueron los primeros materiales utilizados por culturas como la egipcia y la babilónica para perdurar información sobre los códigos jurídicos y representaciones iconográficas. Conforme el sistema de organización social y cultural se hacía más complejo se produjo una disputa tecnológica para mejorar los soportes de los materiales de escritura.

La cultura egipcia utilizó el papiro, un material hecho con la médula de la caña que se encontraba en grandes cantidades en el delta del río Nilo. Este material podía prensarse, laminarse y conservarse durante mucho tiempo. Para escribir se empleaban pinceles afilados hechos de un especie de junco. La tinta, era el resultado de una mezcla de hollín, goma y ácido. La escritura sobre papiro permitió formas cursivas adaptadas a una escritura rápida.

Quando los jeroglíficos eran cincelados sobre los monumentos de piedra se formaban con sumo cuidado y eran de carácter decorativo. Quando se escribieron sobre madera o papiro se simplificaron y su forma se volvió más redondeada... El estilo cursivo o hierático se escribía aún más deprisa, omitiendo o abreviando y juntando... dejaron de parecer dibujos y se convirtieron en letras. Al escapar del pesado medio de comunicación de la piedra el pensamiento ganó agilidad. Todas las circunstancias despertaron interés, observación y reflexión (Crowley-Heyer, 1997:52).

La cultura griega adoptó el alfabeto fenicio que constaba de veinte y dos caracteres. Tras la imposibilidad de obtener papiros emplearon tablillas de madera cubiertas de cera. Por su parte, los romanos utilizaron el pergamino, piel curtida de oveja y cabra, como soporte para su escritura. El papel tardó en llegar a Europa. Según investigaciones, este material ya existía en China. *“Las crónicas antiguas atribuyen a un miembro del séquito del emperador Ts’ ai Lun la invención del papel en 105 d.C., un material utilizado como medio de escritura y hecho de celulosa a jirones o cáñamo”* (Williams, 1992: 13).

De la misma forma que se complicaba la estructura social, se iban complicando los sistemas de comunicación. En el año 2400 a.C., el imperio egipcio organizó un sistema de correos al servicio del rey, príncipes y gobernadores. El poder crea un sistema de información para comunicarse con el



pueblo. Sin embargo, la mayoría de noticias estaban reservadas para las castas dominantes que eran minoría.

En las disputas entre faraones y sacerdotes, unos y otros utilizaron los comunicados persuasivos para atraerse la opinión pública. Los faraones o los emperadores de Persia manipulaban la información de otras tierras que les traían mercaderes y emisarios exclusivos, según les interesaba que el comunicado se filtrara hacia las bases de la pirámide social (Vásquez, 1980: 16).

Las rutas comerciales y de crecimiento imperial se convirtieron en auténticos canales informativos, que proveían a los hombres de un conocimiento cercano del mundo que los rodeaba. Se puede considerar a estos sistemas de correo como los primeros instrumentos de comunicación internacional. En Roma, durante el gobierno del emperador Augusto, se organizó un primitivo correo que consistía en pequeños puestos en las rutas militares donde equipos de jóvenes mensajeros recibían la noticia del mensajero del puesto anterior. Así se cubría una cadena de relevos que llegaba desde la fuente hasta el destinatario. “*El patriciado rico y el pueblo debía conformarse con las noticias que quería transmitirle el poder, que se filtraban entre los rumores propagados a partir de los centros políticos urbanos*” (Vásquez, 1980: 17).

En referencia a la relación comunicativa intracomunal, Vásquez Montalbán señala como antecedentes remotos las tablillas de madera que los griegos situaban en lugares públicos para dar a conocer los comunicados oficiales. Este cartelismo embrionario, menciona él, precisa la existencia de habituales lugares de paso y reunión para que se garantizara la relación comunicativa entre emisor y receptor. Con la misma intención, los romanos crearon el álbum, muros blanqueados con cal, divididos en rectángulos iguales situados en las plazas públicas.

Los romanos ensayaron la información de lo cotidiano mediante las *Acta diurna populi urbana*, diario de acontecimientos de la comunidad urbana escrito cada día, fijado en los lugares públicos y transmitido entre el patriarcado mediante copias manuscritas. El *praeco* (pregonero) y el *strilloni* (voceador comercial) recorrían las calles de la ciudad informando. El *subrostrani* era un profesional del rumor y de la información subterránea que vivía de vender información a los interesados (Vásquez, 1980: 18).

Con el fin del imperio romano y la llegada de la Edad Media, el campo de comunicación pasó de manos de las clases dominantes al poder de la iglesia. Los religiosos son los nuevos ilustrados, los que monopolizan la información para utilizarla como un elemento de adoctrinamiento y apostolado. La lengua escrita apenas cumple una función social porque la mayoría de la población es analfabeta. Durante este tiempo, la transmisión oral y la representación gráfica fueron instrumentos de comunicación sometidos al control territorial y la mano inquisidora de la iglesia. Las personas

encargadas de la intercomunicación dentro de un pueblo fueron los peregrinos, predicadores, soldados, mercaderes y juglares.

Estos últimos jugaron un rol importante con la aparición de las ciudades, donde la necesidad de una relación comercial favoreció la llegada de información espontánea a través de los forasteros. En este contexto, la plaza pública recuperó la función del ágora romana. *“Se forman los embriones de mentideros donde el rumor crea estados de opinión y a veces sirve incluso de detonador de importantes acontecimientos históricos”* (Vásquez, 1980: 40).

El panorama comunicacional cambió en la Baja Edad Media. Durante este tiempo existió un aumento cuantitativo del número de lectores, consecuencia de una aristocracia y burguesía ávidas de cultura. Profesionales salidos de las universidades con el fin de sobrepasar las barreras de la escritura humana. Uno de los primeros ensayos para la reproducción en serie, a través de procedimientos mecánicos, fue el xilógrafo, planchas de madera en las que se grababa a mano un comunicado. Se entintaba las formas y se imprimían las copias deseadas sobre el papel.

Como en anteriores ocasiones, la cultura china se había adelantado al uso de esta tecnología. En el siglo VI de la Era Cristiana ya utilizaban procedimientos xilográficos. Esta técnica no se logra extender en Europa sino hasta el siglo XIV, enfocada al servicio de la ilustración y no de la escritura. Un siglo más tarde, en el XV, aparecen los tipos móviles y con ellos la imprenta.

La imprenta fue el eje de los movimientos económicos, literarios, intelectuales, tecnológicos y políticos que se anticiparon a la época del Renacimiento. A finales del siglo XII, la tecnología acudió en ayuda de la cultura. El papel se había introducido en Europa por parte de los árabes a través de países como España e Italia. Para finales del siglo XIV, la fabricación del papel se había trasladado de Italia donde se perfeccionó la técnica a Francia y luego al occidente de Alemania.

Alemania se convierte en el centro de experimentos de donde surge la técnica de imprimir con los tipos móviles. El artesano que logró conjugar estos elementos fue Johann Gutenberg. El primer libro impreso que utilizó esta tecnología fue la Biblia, en el año 1456. Desde ese momento, la imprenta jugó un papel muy importante en acelerar la comunicación a varios niveles culturales.

La nueva técnica se extendió rápidamente por toda Europa. En 1458, Jean Mentelin, notario y descifrador de manuscritos, abrió una imprenta en Estrasburgo. Desde 1460 y de forma gradual, los aprendices que habían trabajado para Gutenberg, Fust y Schoeffer se dispersaron por toda Alemania

hasta alcanzar Italia en 1464. Estos a su vez, enseñaron a otros, y el arte de la impresión llegó a Francia, los Países Bajos, Polonia e Inglaterra. En 1470 había doce lugares con establecimientos con imprenta. Hacia el año 1489 había 110 y en torno al 1500 más de 200. Nadie puede dejar de sorprenderse ante la velocidad en que todo esto sucedió. En un abrir y cerrar de ojos Europa quedó cubierta con una red de un carácter muy distinto; y el primer medio moderno se estableció con tanta rapidez como la televisión y el procesamiento de datos en nuestra propia época (Williams, 1992: 20).

En 1540, México fue el primer país latinoamericano en tener una imprenta. En Sudamérica, los pioneros en la adquisición de la imprenta fueron Perú y Paraguay, en los siglos XVI y XVII, respectivamente. Esto gracias a la iniciativa de la comunidad religiosa de los jesuitas. La primera imprenta que llegó al Ecuador fue traída por el sacerdote jesuita José María Maugeri, en el año 1755. Fue instalada en la ciudad de Ambato con el nombre de Imprenta Compañía de Jesús. Después de unos años fue trasladada a Quito. Se convirtió en la única imprenta que funcionó en la Real Audiencia de Quito hasta finales de 1827. En ella Eugenio Espejo imprimió los primeros números de las *Primicias de la Cultura de Quito*.

Durante el siglo XVI, la imprenta vive tres fases distintas. La primera caracterizada por el optimismo humanista y comercial, la segunda como instrumento implicado en las luchas religiosas, y la tercera controlada por dogmatismos civiles y religiosos. No obstante, a finales de este siglo logra posicionarse como una tecnología al servicio de contenidos meramente informativos.

#### **1.4 La comunicación de masas**

La comunicación de masas tiene su origen en el siglo XIX. Un periodo caracterizado por la industrialización del trabajo, el desarrollo del transporte y el auge del comercio. Estos procesos sociales determinaron la pérdida de exclusividad de las élites, que se vieron expuestas a las masas. Este proceso tomó mayor fuerza a inicios del siglo XX. Cada vez en más lugares y con más frecuencia los productos mediáticos se colocaron a la disponibilidad de un mayor número de destinatarios.

La comunicación de masas es un fenómeno que emerge históricamente a través del desarrollo de instituciones que tratan de explotar nuevas oportunidades aglutinando y registrando información, para producir y reproducir formas simbólicas, y para transmitir información y contenido simbólico a una pluralidad de receptores a cambio de algún tipo de remuneración financiera (Thompson, 1998: 46).

La comunicación de masas se caracteriza por: a) Se sustenta en innovaciones técnicas que permiten su explotación comercial a través de las industrias mediáticas. b) La información se constituye en un

bien para el consumo que puede comprarse y venderse en un mercado por un precio. c) En la comunicación de masas, el contexto de producción está separado de los contextos de recepción. Esto significa que el personal implicado en la producción y transmisión de los mensajes mediáticos carece de formas de respuestas directas y continuas hacia los receptores. d) La comunicación de masas extiende la disponibilidad de la información en el espacio y tiempo. e) Hay una circulación pública de la información.

El contexto social e histórico en el que se desarrolla la comunicación de masas es el de la sociedad de masas. Dueñas de mayor libertad y mayor grado de educación conformado por grupos de personas que llegaban a las grandes ciudades provenientes del campo. Esta sociedad estaba compuesta de sujetos que no se conocían y que tenían poca posibilidad de interactuar entre sí. Para que esta comunicación sea posible fueron necesarios medios de comunicación cada vez más sofisticados, es así que el telégrafo dio paso a tecnologías más avanzadas como el teléfono, la radio, el cine y la televisión.

Los individuos en -cuanto a componentes de la masa- están expuestos a mensajes, contenidos, acontecimientos, que van más allá de su experiencia. Que se refieren a universos de significado y de valor que no coinciden necesariamente con las reglas del grupo del que el individuo forma parte. El factor del aislamiento físico y normativo del individuo en la masa es lo que explica en gran parte el interés que se concede a la capacidad manipuladora de los primeros medios de comunicación de masas (Wolf, 1987: 26).

La comunicación de masas alcanzó uno de sus niveles de mayor eficacia durante la Segunda Guerra Mundial. Los nazis la utilizaron como instrumento de propaganda frente al pueblo alemán. Cada medio tenía su técnica específica. En relación a la prensa escrita se acentuó la concentración empresarial, la dictadura de los anunciantes y el condicionamiento de las audiencias. La publicidad se convirtió en la principal fuente de ingreso.

En el Ecuador la expansión de los medios de comunicación masivos empezó en 1830 con la presencia de El Colombiano, un periódico que contenía información sobre documentos oficiales de información nacional y extranjera, y artículos locales sobre política, historia y literatura. En 1843 el presidente Juan José Flores determinó la restricción de la imprenta. La inestabilidad política de esos años hizo que la mayoría de medios impresos que aparecieron hasta finales del siglo XIX sean efímeros, entre ellos podemos señalar al: 6 de Marzo, El Convencional del Ecuador, El Ecuatoriano, El Ariete, La Oposición, entre otros. El único periódico que apareció en el siglo XIX y que está en circulación hasta el momento es diario El Telégrafo, fundado en 1884 como diario privado.

## 1.5 Medios de comunicación masiva: el periódico

Dentro del contexto de la sociedad de masas, los medios de comunicación masiva o *mass media* juegan un papel protagónico en la forma en la que las personas adquieren la información necesaria para conocer sobre su entorno. Uno de los medios que más impacto ha tenido desde el inicio de la Revolución Industrial, es la prensa escrita. Según Vásquez Montalbán, en el siglo XIX, este medio de comunicación pasó por tres etapas decisivas: 1. En la que se lucha por la libertad de prensa aplastada por la contrarrevolución de la Santa Alianza, 2. Un periodo en el que aparece la gran prensa, o diarios que ejercen una poderosa influencia doctrinal sobre sectores determinantes de la población y 3. Un periodo en el que se organiza la prensa de información, con las características básicas de la prensa actual.

Durante este último periodo, el precio del periódico era elevado. El crecimiento en los niveles de educación de la población hizo que espacios como los cafés y las tabernas se conviertan en salas de lectura de los periódicos. Los primeros que lograron abaratar los precios, a través de la publicidad, fueron los periódicos estadounidenses. En 1833, el *Sun of Day* tenía una tirada de 19. 000 ejemplares. El *Morning Herald* en 1835 vendía sus diarios a dos centavos. El éxito de estos medios se debió, en gran medida, a la independencia política y a las reglas de competencia inter empresarial desarrolladas por la organización capitalista.

Se crearon clubes de lecturas de periódicos, muy vigilados por la policía, siempre en busca de sociedades secretas, primero carbonarias, y después de socialistas utópicos. Las tiradas eran insignificantes en comparación al número de lectores potenciales: en 1829 los diecisiete diarios de Londres tiraban globalmente 40. 000 ejemplares. Se explica porque cada diario de Londres costaba 7 peniques, y cada diario de París 80 francos, precios realmente inalcanzables por la mayor parte de los ciudadanos. El impuesto del timbre era la causa de estos precios, y la lucha política para derogarlo fue la piedra de toque para el nacimiento de una auténtica prensa de masas (Vásquez, 1980: 141).

En este contexto, se entiende que desde sus inicios el papel de la prensa escrita, en parte, estaba circunscripto al sistema político dentro del cual se desarrollaba. La circulación de la información y construcción de la noticia están en una relación cercana a las características sociopolíticas particulares de cada sociedad. Según Marletti, la relación entre gobierno y medios puede ser entendida de la siguiente manera: a). Sistemas políticos poco diferenciados: el medio es un monopolio del ámbito gubernamental y existen pocos canales alternativos. b). Sistemas polarizados: los medios están en aparatos ideológicos contrapuestos. c). Sistemas diferenciados o complejos: hay una interacción y competencia entre los medios y los aparatos políticos en los procesos de tematización.

Además de lo expuesto por Marletti, desde el boom de los mass media, en el cual la prensa escrita empezó a competir con la radio, la televisión, la Internet y ahora último con las redes sociales, los periódicos se han mantenido en constantes procesos de cambios, en relación, a la forma en la que presentan la información. Este proceso, como el de la construcción de la noticia, gira en torno a la forma de producción, distribución y consumo de la información, en la que intervienen los medios de comunicación, los periodistas y los lectores.

## **1.6 Teoría funcionalista**

La teoría funcionalista de la comunicación tiene su origen en el funcionalismo sociológico. Una corriente de pensamiento que inició con los estudios de Auguste Comte, Emile Durkheim y Herbert Spencer, y que se convirtió en el paradigma que dominó la sociología en la segunda mitad del siglo XIX, gracias a los aportes que hicieron pensadores como Bronislaw Malinowski, Talcott Parson y Robert Merton. El funcionalismo propone el estudio de la sociedad como una unidad orgánica en la que los diferentes elementos que la componen cumplen una función determinada.

La corriente funcionalista se ocupa de conocer cuáles son los elementos del todo y qué funciones desempeñan, además de que mide el grado en que son o no cumplidas dichas funciones e investiga la forma en que esos rendimientos pueden ser mejorados, siempre con vista a perpetuar, en lo esencial, el estado de cosas presente (Torrico, 1997: 32).

La importancia que este paradigma le da al concepto de función, se relaciona con la premisa de que cada función satisface una determinada necesidad o costumbre social. Según Robert Merton, los postulados generales del funcionalismo sobre la naturaleza de la sociedad son cuatro: 1. Un sistema social puede concebirse como un sistema de partes interrelacionadas; es una organización de actividades interconectadas, repetitivas y estandarizadas. 2. Dicho sistema tiende naturalmente hacia un estado de equilibrio dinámico; si se manifiesta un desequilibrio, se generan fuerzas que tenderán a restaurar la estabilidad. 3. Todas las actividades repetitivas en una sociedad contribuyen hacia un estado de equilibrio; en otras palabras, todas las formas persistentes de acciones estandarizadas cumplen un rol en el mantenimiento de la estabilidad del sistema. 4. Por lo menos algunas de las acciones estandarizadas y repetitivas en la sociedad son indispensables para que continúe su existencia; esto es, hay prerequisites funcionales que satisfacen necesidades críticas del sistema, sin los cuales este no sobreviviría.

Según Charles Wright, el análisis funcional examina las consecuencias positivas (funciones) y negativas (disfunciones) de los fenómenos sociales que afectan al funcionamiento normal (estable),

a la adaptación o al ajuste de un sistema dado (individuos, grupos, sociedades o culturas). La preeminencia del funcionalismo en la sociología dio como resultado que en los estudios sobre los medios de comunicación, los investigadores dejen de cuestionarse sobre los efectos negativos de los medios en las audiencias y se empiecen a preguntar qué funciones cumplían los medios de comunicación para el equilibrio, estabilidad y orden de los sistemas sociales.

### **1.6.1 El funcionalismo en la comunicación de masas**

Los estudios funcionalistas de la comunicación de masas parten de la premisa de cuáles son las funciones que desempeñan los *mass media* en la sociedad. Uno de los pioneros en este tipo de investigaciones fue Lasswell, quien propuso un estudio de los medios haciendo referencia a su estructura y sus funciones a partir de las premisas: ¿Quién dice qué? ¿Por qué canal? y ¿Con qué efecto? Wright amplía esta visión y propone no solo un estudio institucional de los medios sino uno sobre los contenidos difundidos y otro sobre las audiencias, sus características, preferencias y reacciones.

Según el mismo Wright, existen cuatro tipos de actividades comunicativas: la supervisión del entorno, cuya función es la de recopilar y distribuir información; la interpretación de la información sobre el entorno; la transmisión cultural, es decir las actividades destinadas a comunicar las reservas de las normas sociales de un grupo, información, valores, de una generación a otra; y el entretenimiento, actividad destinada a distraer a la gente.

Dentro del funcionalismo, la difusión de la información en la sociedad de masas cumple dos funciones: alertar a los ciudadanos respecto a la posibilidad de amenazas y peligros inesperados, y brindar instrumentos para realizar actividades cotidianas institucionalizadas en la sociedad, como intercambios culturales, sociales y económicos, entre otros. Así, la información que circula en los medios de comunicación de masas refuerza el control social. *“El estudio del particular tipo de normas así reafirmado ofrecería un válido índice de la medida en que estos medios abordan problemas periféricos o centrales de nuestra estructura social”* (Lazarsfeld, Merton, 1977: 84).

### **1.6.2 La agenda-setting**

Dentro del paradigma funcionalista existe una corriente de estudio que sostiene que los medios de comunicación no afectan directamente el comportamiento de las personas, sino que más bien estos tienden a influenciar en la manera en la que los sujetos crean una imagen de su entorno. El estudio

de los efectos que a largo plazo producen los *mass media* toma el nombre de agenda-*setting* o lista de temas que se manejan dentro de la radio, la televisión y la prensa escrita. Investigadores como Shaw o Cohen ya no se preguntan si los medios dicen a la gente cómo tienen que pensar sino en torno a qué temas deben hacerlo.

Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los *mass media* a los acontecimientos, a los problemas, a las personas (Shaw; 1979: 96).

Según Wolf, la agenda-*setting* propone un impacto directo pero no inmediato sobre los destinatarios. Este impacto se configura a partir de dos niveles: el orden del día de los temas, argumentos, problemas presentes en la agenda de los media y la jerarquía de importancia y de prioridad con la que dichos elementos son dispuestos en el orden del día. Otro factor importante dentro de este análisis es la jerarquización que los medios les dan a ciertos temas del ámbito social. En el caso de la prensa ecuatoriana, la agenda-*setting* está permeada por la coyuntura en temas de política, deportes y espectáculo, temáticas que acaparan mayor número de páginas dentro de la estructura de los diarios nacionales. Temas que son más enfatizados por los media y que toman mayor relevancia para los lectores.

Para Miguel Rodrigo, la teoría de la construcción del temario o agenda-*setting* es ecuaníme en relación a la distribución de poderes. Aunque el temario de los medios tiene como efecto el establecimiento del temario del público -dice él- esta teoría no afirma que los *mass media* sean la única influencia recibida. Si los medios de comunicación tienen el poder de transmitir su temario, las personas el de crear el suyo. Ambos son parte del proceso comunicativo. Según el investigador, este proceso varía de acuerdo a cuatro elementos:

1. La naturaleza tecnológica de cada medio. No es que el medio sea el mensaje como sentenciaba McLuhan, pero ciertamente la naturaleza tecnológica del medio no solo condiciona la morfología del mensaje, sino también el propio uso del medio. El lector del diario puede usarlo cuando le apetezca, recreándose en la lectura, puede reexaminar una información, hacer su propio archivo. El oyente de la radio tiene un tiempo establecido por la emisora para la información y la sucesión temporal de noticias impide la búsqueda directa y selectiva de una información. Aunque la radio permite un comportamiento paralelo a la escucha. El espectador de la televisión tiene que destinar un tiempo exclusivo a la recepción



de información que se le brinda como una serie de noticias presentadas en rápida sucesión. El lector, el oyente y el espectador llevan a cabo comportamientos comunicativos distintos.

2. Morfología y tipología de la información. La duración, espacio de la noticia, su situación en el contexto informativo, la forma de presentarlo, la importancia otorgada por los *mass media*, son elementos coadyuvantes en la creación de la agenda de los medios.
3. La naturaleza del tema. El tipo de información es una variable que no siempre ha recibido la consideración que debiera. Hay una serie de características que pueden condicionar la importancia del tema: la proximidad, la espectacularidad, la anormalidad, la imprevisibilidad.
4. Los modelos de uso de los medios. El uso de los *mass media*, es sin duda, una de las claves para la comprensión del proceso comunicativo. El elemento fundamental para la aceptación del temario de los medios es la credibilidad.

## **CAPÍTULO II**

### **2. LA MARISCAL: LA CIUDAD JARDÍN**

#### **2.1 Historia del barrio La Mariscal Sucre**

Según la investigadora Amparo Ponce, el surgimiento del barrio Mariscal Sucre tiene una relación espacial con el concepto de Ciudad Jardín: un esquema urbano creado por el arquitecto inglés Ebenezer Howard, a finales del siglo XIX. Este proyecto urbanístico se inclinó por la construcción de edificaciones grandes en extensión más que en altura. La idea central de esta iniciativa era acercar la ciudad al campo, a través de casas construidas en medio de jardines.

En Quito, las primeras décadas del siglo XX estuvieron marcadas por un conjunto de cambios sociales. El crecimiento poblacional, producto de una continua migración del campo hacia la ciudad produjo una transformación en el uso de los espacios del Centro Histórico. Las personas comenzaron a buscar nuevos lugares para vivir. Por un lado, la clase obrera se dirigió hacia el sur, a sectores como Chimbacalle y La Magdalena, mientras que las élites empezaron a construir sus viviendas en el norte, donde antes tenían sus campos de cultivo o casas de campo.

Hay que agregar el apareamiento de una gama de actividades que se volvieron necesarias para los miembros de las élites quiteñas; servicios como el comercio de importación de artículos suntuarios, la banca, la propia administración central y una variada oferta de servicios y entretenimiento como hoteles, cafés, clubes privados, comienzan a instalarse en el centro de la ciudad. En consecuencia, el espacio destinado a vivienda comenzó a ceder terreno y a ser utilizado con otros usos. Además la gente que operaba esos servicios, como es natural buscó la manera de acercar su casa a su sitio de trabajo, congestionando así, aún más el espacio habitacional disponible (Ponce, 2012: 26).

A inicios del siglo XX, algunos de los terrenos del actual parque El Ejido eran propiedad de las élites quiteñas, que empleaban estas tierras para la recreación y la cosecha de productos, otros eran propiedad de la Caja del Seguro Social. Esta realidad no tardó mucho en verse modificada por algunos factores externos que cambiarían el uso y el propósito de estas tierras. El historiador Vladimir Serrano, en su escrito Quito y su historia, explica que la crisis generada por la Primera Guerra Mundial obligó a cambiar el uso del suelo del sector. Se parceló con el fin de poder vender

los solares para construcciones de chalés, casas rodeadas por jardines que ya no poseían el patio interior, típico de las residencias del Centro Histórico.

Con este proceso de reapropiación de la tierra, en diversos sectores de la ciudad empezaron a surgir nuevos barrios, la mayoría con rumbo hacia San Blas y más tarde hacia La Alameda. Según el Plan Distrito Metropolitano, Serie Quito Actual, Fase I, entre 1910 y 1930 se formaron los barrios: San Juan, América, Larrea, Mariscal Sucre, Santa Bárbara, Belisario Quevedo, Colón, La Alameda y El Ejido. Las condiciones topográficas y climatológicas fueron uno de los factores que influyeron en el crecimiento poblacional de los barrios hacia el norte. La expansión de viviendas en lo que se denominó la planicie de Ñaquito, se logró porque hacia el sur se presentaba mayor dificultad para la construcción por la presencia del río Machángara, el Panecillo y las quebradas de San Diego, La Ermita y Jerusalén, esta última la actual avenida 24 de Mayo. Para Ponce, los criterios que se utilizaron para el ordenamiento y reglamentación urbanos, obedecen en esos años más que a criterios propiamente urbanísticos, a los requerimientos de una sociedad profundamente clasista.

El barrio Mariscal Sucre fue fundado en 1922. Lleva este nombre en honor al héroe de la independencia y por motivo de la conmemoración del Primer Centenario de la Batalla de Pichincha. La extensión de esta nueva ciudadela urbana era de 130 hectáreas, ubicadas entre las actuales avenidas 10 de Agosto y 12 de Octubre. Una de sus vías intermedias era la avenida Mariano Aguilera, hoy 6 de Diciembre.

Junto al barrio existían algunos espacios baldíos, comenzando por el histórico El Ejido, al que originalmente se le llamó Parque del Centenario y posteriormente 24 de Mayo; cerca también se encontraba el campo deportivo, en el que se construyó el célebre estadio El Arbolito y en donde más tarde aparecerían los edificios de la Casa de la Cultura. En el límite norte se ubicó el Hipódromo Nacional que fue propiedad de los hermanos Mantilla Jácome y que en poco tiempo se convertiría en la ciudadela Cristóbal Colón. Como la intención era dedicar el barrio a la conmemoración de la Independencia, los nombres cívicos, continuaron adoptándose para la zona. La actual avenida Patria fue la del Ejército y la avenida Amazonas, del Centenario, hasta principios de los años cuarenta en que cambiaron sus nombres. Por cierto, si en el lugar existieron quintas y haciendas, es entendible que existieran residencias del estilo tradicional (Serrano, 2009).

Para la década del cuarenta, el arquitecto uruguayo Guillermo Jones Odriozola se hace cargo del primer Plan Regulador de Quito. Uno de los objetivos de este plan era lograr una organización controlada del espacio urbano. La otra era dividir funcionalmente a la ciudad en tres zonas de acuerdo al tipo de actividad que se realizaba: trabajo, vivienda y entretenimiento. Así el sur se convirtió en la zona obrera, el Centro Histórico fue definido como una zona mixta y en el norte de la

ciudad se instaló definitivamente la zona residencial. A partir de esta división el barrio La Mariscal se convirtió en una nueva centralidad.

El escritor ecuatoriano Abdón Ubidia, en uno de sus textos describió a Quito como una ciudad zigzag. “Abrupta, erizada, topográfica, sigue propagándose según su matriz inicial. Toma cuanta colina o valle encuentra. No en vano ocupa una meseta que se alarga de sur a norte y se acorta en el centro”. En medio de esta geografía, La Mariscal se convierte en uno de los primeros barrios de la ciudad en donde prima la concepción arquitectónica anglosajona.

Para la década de los años cincuenta del siglo XX, Quito, con una población de 211 mil habitantes, se había consolidado como una urbe con un desarrollo económico dinámico, autónoma y diversificada, sustentada en la consolidación de una base industrial propia y la constitución de una base de servicios para su entorno regional agrícola y pecuario. En este contexto, y especialmente a partir de la década de los años sesenta, la ciudad experimenta un proceso especulativo de mayor crecimiento longitudinal hacia el norte y de desconcentración de las actividades comerciales, administrativas, de servicios y bancarias del centro histórico hacia el barrio Mariscal Sucre, que da paso al apareamiento de una nueva centralidad en este sector (Vallejo, 2008: 50-51).

Para la década de los sesenta, el barrio La Mariscal se convierte en un sector cosmopolita. Restaurantes gourmets, heladerías, discotecas, locales de juegos electrónicos, cines, entre otros, se convirtieron en los lugares preferidos de la segunda generación de habitantes. Los jóvenes se empapaban de las últimas tendencias culturales en este sector. En la estructuración urbana de la ciudad aparece por primera vez la distinción entre centro histórico y centro urbano, que se consolida para mediados de la década de los años setenta, cuando se generaliza el proceso de descentralización de funciones administrativas y de capitalidad hacia La Mariscal Sucre. Con esto, el Centro Histórico entra en crisis y, en forma paralela, empieza un mayor crecimiento hacia las periferias de Quito.

La bicentralidad se manifiesta en un Centro Histórico que se convierte en eje comercial popular, simbología del tradicional poder religioso y político, y el centro norte de la ciudad, desde La Mariscal hacia las calles circundantes al parque La Carolina, donde se expresan nuevas formas de representación e identidad a partir del asentamiento de las actividades bancarias, comerciales y edificaciones modernas.

La Mariscal, pasa a ser el centro de una significativa actividad administrativa, comercial y de negocios financieros, así como el lugar donde se concentra la mayor oferta de divertimento de la ciudad. Los edificios en altura se construyen por doquier, la zona es abandonada por sus antiguos moradores; mientras que una población recién llegada se multiplica, saturando las vías y los espacios públicos, sumado al hecho de que el sector no ofrece la infraestructura de servicios básicos necesaria (Ponce, 2012: 47).

En la década de los noventa, el barrio La Mariscal vive una nueva transformación. La mayoría de residentes originarios del sector vendieron sus casas y se trasladaron a nuevos sectores residenciales como el valle de Los Chillos y el valle de Tumbaco. En este barrio las casas se convirtieron en bares, restaurantes, *night clubs*, hostales, agencias de viajes, almacenes de artesanías y dependencias bancarias. El sector vive una nueva centralidad. Desde entonces, la vida de La Mariscal se dividió en dos: una comercial y administrativa, por el día, y otra de entretenimiento por la noche. En los últimos años este barrio ha sido considerado por las autoridades seccionales uno de los espacios turísticos más importantes de la ciudad.

## **2.2 Participación de gente extranjera en La Mariscal**

Desde su fundación, este barrio se caracterizó por la presencia de gente extranjera. En la década del cuarenta una numerosa colonia de judíos procedentes de diversos rincones de Europa se integraron a la vida cotidiana del sector. Sus conocimientos en ciencia, arte y comercio fueron puestos en práctica. Iniciativas comerciales como la fabricación de embutidos o la producción fabril de medicinas, pasando por los cafés al aire libre, las fuentes de soda, las galerías de arte, o las librerías, entre otras, conformaron la nueva cara del barrio.

Franz Schmidt, Francisco Durini, Paolo y Antonino Russo y Augusto Ridder, fueron algunos de los arquitectos que vivieron en este lugar y que de alguna manera dejaron su impronta en las edificaciones que se comenzaron a levantar. El estilo ecléctico fue una de las características que convirtieron a La Mariscal en un sector con aire europeo. Una vez que el barrio creció, la comunidad sintió necesidad de construir una iglesia. Esta fue la de Santa Teresita, cuya construcción, en estilo neogótico, se inició en 1939, con el hermano Mariano de San José Riocerezo, al frente, y a cargo de la orden religiosa de las Carmelitas.

Toda esta transformación aún está viva en la memoria de quienes habitaron en algún momento el barrio. Edwin Hidalgo, periodista del Diario El Comercio, es uno de ellos. En la actualidad reside en el Valle de Los Chillos, pero sus recuerdos de infancia y adolescencia recorriendo las calles en bicicleta aún están intactos:

Recuerdo que en La Mariscal de los años 30, vivía allí un tío abuelo mío: Enrique Terán, novelista ecuatoriano, autor del Cojo Navarrete. Estaba como aislado en esa época. En la casa tenía perros, gallinas, y más. Después el lugar fue poco a poco poblándose. El tranvía llegaba ahí hasta los años cincuenta. Allá por el año 64 (tenía 9 o 10 años) yo vivía en la Cordero y 9 de Octubre (a un pasito de la avenida Amazonas). En esa época, íbamos a pasear en bicicleta por el sector. De aburrimiento, a veces, dejábamos la bicicleta y nos sentábamos en la vereda, a contar los carros que

pasaban. En toda la avenida, lo único que había era un sitio donde vendían helados. Cada uno costaba un sucre, lo mismo que costaba El Comercio, de lunes a sábado... Aunque ya existía el Estadio Atahualpa, todavía se jugaban muchos partidos en el Estadio del Arbolito... O si no, también acudíamos a misa en la iglesia de Santa Teresita, para ver a las chicas. El movimiento empezó a partir del 66, cuando ponen La Favorita. No fue el primer supermercado en Quito, en realidad fue el segundo. El pionero estaba cerca de la Universidad Central. El 7 y 9 se llamaba y estaba cerca del mercado de Santa Clara. También fue el primer lugar donde pusieron escaleras eléctricas y la gente se iba solo por ver esa novedad. Entonces, se multiplicaron los negocios... Pusieron la Fuente, un restaurante bien bonito, donde uno iba y le servían papas fritas, que era como una cosa rara, americana. En la Cordero y Amazonas comenzó a funcionar un sitio que era como un bar -no propiamente discoteca- pero sí se podía bailar. Se llamaba el Candil... Mis primeras fiestas de Quito fueron en el 67, pero no en la Foch, sino en el Parque Gabriela Mistral. Ya había más movimiento. Aparecieron grupos de los corredores de autos, de amigos y más. La gente empezaba a pasearse en la avenida Amazonas, a lo que llamábamos el 'tontodromo'. Una publicación de Vistazo decía: ¿Será este el nuevo centro de Quito? Y no había más de diez almacenes. Entonces, empieza a agrandarse. En los 70 nosotros ya nos cambiamos de casa. Nos fuimos a vivir por la Shyris, porque la ciudad ya era muy comercial. Todas las casas comenzaron a arrendar para locales y hacer (Fragmento del testimonio extraído de la entrevista efectuada a Edwin Hidalgo el 25 de febrero del 2012)

Por un tiempo este espacio fue exclusivo, al ser un barrio residencial por excelencia. Según el historiador Vladimir Serrano, algunos presidentes de la República tenían sus viviendas personales en el sector, incluso la oficial Casa Presidencial estuvo ubicada entre las avenidas Amazonas y Patria. Explica además, que las clases medias entraron a la urbanización, cuando la Caja de Pensiones creó la ciudadela Bolívar, en la actual calle Juan Rodríguez.

### **2.3 Las dos caras de La Mariscal**

Con el crecimiento urbano y con la proliferación de negocios, muchas personas decidieron abandonar sus casas y buscar lugares para vivir con menos movimiento comercial. Paulatinamente, el barrio donde todos eran familiares o se conocían fue llenándose de extraños.

Recuerdo que me fui a Europa en el 79, 80. Cuando regresé en el 82, fui a las fiestas de Quito y ya era otra cosa. Había delincuencia, prostitución, robos en las casa. En nuestra época, alguna vez hubo unos robos. Los vecinos nos organizamos e hicimos una fiesta falsa para ver quiénes eran los que robaban los carros y los capturamos. Pero por supuesto, ya eso había cambiado. Nadie sabía quién vivía a lado. (Fragmento del testimonio extraído de la entrevista efectuada a Edwin Hidalgo el 25 de febrero del 2012).

En 1998, Francisco Febres Cordero (El Pájaro), escribe su libro La Mariscal: la inocencia perdida. Este trabajo salió de una experiencia vital y rebasó los límites de lo que el autor denomina "la historia oficial" sobre la existencia de un barrio que es todo un ícono en la ciudad. Se sustentó en la recuperación de la memoria y del pasado que coincidía en muy poco con la realidad que se vivía por ese entonces.

En el caso del barrio de La Mariscal, Febres Cordero estaba convencido de que como dicen popularmente, “todo tiempo pasado fue mejor”. En las páginas de su libro detalla cómo fue que este sector quiteño abrió las puertas de un “mundo cerrado, hipócrita y mojigato” y lo transformó en un lugar de mucha actividad, inimaginable en tiempos pasados.

Contrapone los relatos de un lugar donde los chicos en bicicleta galanteaban a las chicas con las imágenes de un espacio dominado por la crisis, la pobreza, la prostitución, el crimen y la droga. Es ahí donde se encierra la metáfora de la inocencia perdida, descrita en un trabajo, que más que un libro representa una parte de la historia de este barrio.

Convertida en tierra de nadie, La Mariscal va adquiriendo una fisonomía tenebrosa: el peligro acecha a cada paso y vivir ahí es un riesgo demasiado alto. [...] Día a día, la mafia va ganando espacio; por eso no sería raro que muy pronto la historia de La Mariscal tenga que reescribirse a partir del siglo que se avecina en una narración que comience por hacer un recuento de los cadáveres que han ido quedando en las calles, la diáspora de los últimos románticos que se aferraron a unas casitas coquetonas devenidas en antros, y una cuantas familias de gánsteres que impusieron su control mediante el negocio ilícito, el chantaje y el terror (Febres Cordero, 1998: 65-66).

## **2.4 Estrategias de recuperación**

Al tornarse difícil la situación, se hizo evidente la necesidad de planes de contingencia para rehabilitar el sector. Según los registros, el primero se presentó en 1997. Pero no se cumplió, pues requería una fuerte inversión económica. La comunidad y el Municipio armaron uno más real, que priorizó lo más urgente y que se concentraba en cuatro puntos claves. La primera se basaba en la seguridad y control. La acción de la comunidad fue clave para mejorar la seguridad. Se conformaron brigadas barriales que actuaron como veedoras para que las autoridades operen en zonas conflictivas. Los moradores aprendieron a trabajar en conjunto con la Policía y a dar voz de alerta en los casos más riesgosos.

La segunda consistía en obras públicas y recuperación de espacios públicos. Se creó, entonces, un comité de gestión conformado por la Empresa del Centro Histórico, el exFonsal, la Emop y otras instancias municipales. Este grupo vio la necesidad de priorizar el espacio público y generar símbolos emblemáticos para los moradores.

Según el administrador de la Zona Norte, Gustavo Fierro, las obras que se entregaron, como la Plaza de los Presidentes, la Plaza Quinde, el bulevar de la calle Juan Rodríguez y el Arco de la Circasiana, han generado un sentimiento de apropiación de los espacios. Ahora en La Mariscal hay un movimiento que quiere mantener estos lugares (Cuatro puntos claves de un plan ambicioso, 2004: 6-9).

El tercer eje estuvo enfocado en la zonificación y el uso del suelo. Los moradores y dueños de bares firmaron un compromiso de buenos vecinos. Las autoridades querían proteger las zonas residenciales, por lo que ofrecieron trabajar en una ordenanza que regularizara el uso del suelo y zonificará la zona. La idea era definir el uso comercial y residencial de la zona, para controlar casas de tolerancia y bares de mala muerte en áreas no compatibles. Los que firmaban el acta de compromiso tenían un plazo de dos años para salir. Si no firmaban serían obligados a desalojar inmediatamente. Para mejorar el uso del suelo y la vialidad se implantó el sistema de estacionamiento tarifado Zona Azul.

Además, se designaron 100 policías metropolitanos a una red de seguridad para vigilar las calles. El cuarto campo de acción fue la participación ciudadana. Se conformaron nueve comités barriales para que trabajaran en cada sector y vigilaran que las autoridades hicieran respetar las normas y cumplieran con sus obligaciones. Las manifestaciones culturales fue una forma que la comunidad encontró para trabajar por la seguridad y la búsqueda de su identidad

El cambio positivo que se empezó a ver en el sector fue resultado de la unión de sus moradores, que decidieron intervenir movidos por los buenos recuerdos de otras épocas y el interés de que algunos de sus negocios siguieran prosperando, lejos de la violencia, la inseguridad y los crímenes. A continuación se citan dos testimonios.

Manuela Gallegos es una de las gestoras del movimiento ciudadano La Mariscal (...). Por razones ajenas a su voluntad, dejó su casa de la Juan Rodríguez y se cambió a Cumbayá. Pero 12 horas del día pasa en su hostel La Posada del Maple, que construyó hace 16 años, cuando esta zona era muy peligrosa. Manuela dice que si tuviera que cambiarse de casa volvería a La Mariscal, pues para ella este sector es el corazón de Quito y un símbolo del país al que no se le ha dado la importancia que se merece. Fernando Merino (Presidente del comité de moradores de la Plaza Foch). Este ingeniero de profesión vivió en La Mariscal en 1954, justo cuando este era el barrio residencial más famoso de Quito. Su niñez y adolescencia transcurrieron en la Reina Victoria y Foch, en la esquina conocida como Las Mallas, donde nacieron algunos nombres famosos del fútbol. Recuerda a La Mariscal como un lugar tranquilo, en el que todos se conocían y se ayudaban. Después de las fiestas de Quito se reunían en el parque Gabriela Mistral (...). Además de ser veedor cívico nombrado por el Municipio, es presidente del comité de moradores que vigilará el correcto uso de la Plaza Foch con los programas culturales que se realizan bajo la organización del grupo de inversionistas Zona Cultura (Gente, protagonista del cambio, 2004: 6-19).



## **2.5 De segundo centro a centro de entretenimiento**

Poco a poco, la situación fue mejorando. El barrio residencial se volvió en el centro de atención para los negocios y la inversión. Con el tiempo, este lugar considerado el segundo centro de la ciudad se convirtió en el primero en entretenimiento. Aquí las alternativas para comer, comprar y bailar son infinitas. Los quiteños bautizaron a La Mariscal como ‘la zona’, porque en ella existe de todo. Es el punto de encuentro de la gente local y viajeros de todas partes del mundo. El ambiente cosmopolita se expresa en su inmenso abanico de opciones culinarias y artísticas, en el intercambio de experiencias culturales y en la amplia gama de hoteles y hostales, agencias de viajes, escuelas de idiomas y de bailes latinos, tiendas de artesanías y objetos.

La zona es un cosmos musical ecléctico: el *ska*, la salsa, el merengue, el rock y los ritmos tradicionales del Ecuador se escuchan desde los parlantes de los bares o en presentaciones en vivo que proponen un amplio cartel de shows. Los espacios culturales van desde lo *under* hasta lo institucional, donde destacan el Museo Nacional del Banco Central (CCE) y el Etnohistórico y de Artesanías Mindalae. En La Mariscal se puede encontrar un poco para todos los gustos, pero para conocer el corazón de -la zona-, hay que caminarla de polo a polo. (Cuatro puntos claves de un plan ambicioso, 2004: 6-9).

En la actualidad, los límites de La Mariscal según la Ordenanza del Distrito Metropolitano de Quito, No 018, de octubre de 2005 son: la avenida Orellana y Coruña al norte, Patria al sur, 12 de Octubre al este, y 10 de Agosto al oeste. El área geográfica que ocupa este barrio es de 183 hectáreas, divididas en 149 manzanas. Dentro de este territorio se encuentra la plaza El Quinde, conocida también como plaza Foch.

## **2.6 La plaza El Quinde**

### **2.6.1 El Quinde: un espacio de encuentros**

En la década de los cincuenta, el espacio ubicado entre las calles Reina Victoria y Mariscal Foch era una inmensa cancha de tierra destinada a la práctica de fútbol y juegos tradicionales. El lugar estaba cercado con alambre, por lo que los moradores del sector le dieron el nombre de Las Mallas. Según el historiador Alfonso Sevilla, este lugar también fue conocido como Lídice, nombre que los extranjeros provenientes de la ex Checoslovaquia, hoy República Checa, acuñaron en honor al pueblo que Hitler devastó en 1942. Durante las décadas finales del siglo XX este espacio, al igual que el resto del barrio, sufrió una transformación social. La mayoría de los antiguos residentes de la zona vendieron o arrendaron sus casas.

La transformación del barrio no solo ayudó a incrementar el comercio y el turismo en el sector. La inseguridad y la delincuencia que aparecieron con la llegada de los bares y night clubs fueron precarizando la vida en ciertas calles. Por esos años, lo que hoy es la plaza El Quinde era un cruce de vías llenos de jardineras donde se reunían los delincuentes y prostitutas. Los vecinos, lo recuerdan como un tugurio o zona roja por donde no se podía transitar en el día y aún peor en la noche. Sin embargo, por sus alrededores, la cantidad de turistas iba en crecimiento.

A finales de la década de los noventa nace el movimiento ciudadano La Mariscal. Las personas que residían en el sector se unieron para luchar contra la delincuencia y la inseguridad. Con el tiempo, se creó el comité barrial de La Mariscal. El primer plan de recuperación fue presentado en 1997 pero no fue ejecutado por la falta de inversión económica. La insistencia y unión de los moradores y comerciantes dio resultados siete años después.

En 2004 se produce la transformación definitiva de la actual plaza El Quinde. El trabajo estuvo a cargo del exFonsal. En pocos meses las jardineras y espacios verdes que servían de urinarios y camas para los delincuentes fueron demolidas. En su lugar, se colocaron aceras de piedra. Las veredas se unieron con las calles en una plataforma única. Según Eduardo Báez, en ese tiempo subdirector ejecutivo del exFonsal, el modelo se basó en las plazas y parques europeos en donde los automovilistas y transeúntes transitan por los mismos espacios públicos.

Según el proyecto inicial del Municipio, este espacio ubicado entre el cruce de las avenidas Mariscal Foch y Reina Victoria estaba enfocado al desarrollo de la cultural y el arte. En principio, solo se permitió la apertura de restaurantes, cibercafés, librerías, cafeterías y se prohibió que se abrieran bares y discotecas. Sin embargo, esta prohibición no duró mucho tiempo ya que a los pocos meses se abrieron los primeros bares. La inversión privada se convirtió en el pilar de desarrollo de la plaza. Uno de los referentes dentro de este proceso fue Juan Baquerizo, morador del sector, quien vivió sus primeros años de infancia en una casa ubicada en la calle Wilson. El primer negocio que adquirió fue La Sala, un internet a pocos pasos de la plaza. Por esos meses, el Municipio hizo nuevos arreglos con motivo de la celebración del Miss Universo.

El certamen de belleza ayudó a visibilizar las mejoras que se habían hecho en la plaza, por lo que Baquerizo decidió invertir en un nuevo negocio. En 2005 abrió Tapas y Vinos. Según una nota publicada en el semanario Lideres, del 3 de noviembre del 2007, este fue uno de mayores impulsos para la reactivación de la plaza El Quinde. Así como Baquerizo, decenas de inversionistas apostaron

por la reactivación del lugar. De apoco esta plaza se fue convirtiendo en el epicentro de la actividad cultural y de entretenimiento de La Mariscal.

Durante nueve años los cuatro cuadrantes que forman la plaza y que están adornados por un Quinde de siete metros de largo en un no de ellos, y de una pileta en otro, se han convertido en el escenario principal del entretenimiento nocturno de los jóvenes, pero también, en un espacio donde han tenido cabida las más diversas expresiones culturales. Conciertos, obras de teatro, danza, desfiles de modas, concursos colegiales, ferias artesanales, marchas y encuentros de los distintos actores sociales de la ciudad han sido parte del paisaje cotidiano de este sector.

Desde la rehabilitación de este espacio, los vecinos del barrio y demás habitantes de la ciudad se han apropiado de manera especial de este sector. La idea de designar a este cruce de calles como una plaza, es un ejemplo del proceso de re significación que, las personas, durante años le dieron a La Mariscal. Si la plaza Grande se convirtió en la zona medular del Centro Histórico, en La Mariscal, la plaza El Quinde, se convirtió en el epicentro de la actividad de este barrio.

Aunque en 2004, la exFonsal convocó a concurso abierto para que las personas le den un nombre al sector, la gente se adelantó a dicha designación y empezó a llamarla plaza Foch. Posteriormente el Municipio la designa como plaza El Quinde, en honor a una de las aves que más habitan en la ciudad. Independiente del nombre con el que las personas denominan a este espacio es importante recalcar que para los habitantes de la ciudad esta es una plaza, por lo que, para intereses de esta investigación es pertinente conocer la importancia que esta ha tenido en la historia.

### **2.6.2 La plaza: un referente histórico del espacio público**

En la antigua Grecia, el espacio público se remitía a la plaza pública, que tiene sus raíces en el ágora. Concebida como el centro de la actividad política y religiosa de la polis<sup>1</sup>. La plaza pasó por diversos procesos históricos y sociales, hasta constituirse en el elemento central en la conformación de las ciudades en el siglo XX. Según el escritor y filósofo Ortega y Gasset la plaza pública es el elemento más importante de la cultura helénica. *“A partir de los descubrimientos arqueológicos más*

---

<sup>1</sup> **Polis** era la denominación dada a las ciudades estado de la antigua Grecia, surgidas desde la Edad Oscura hasta la dominación romana. Se denominaba a la ciudad y al territorio que ella reclamaba para sí. Tenían un gran nivel de autocracia, si bien no del todo, lo que les garantizaba libertad, autonomía política y económica. No existía oposición entre lo urbano y lo rural.

*recientes se podría decir que las plazas existieron siempre en las grandes culturas o imperios, desde los mayas e incas, pasando por los romanos y griegos hasta los chinos” (Carrión; 2012:18).*

Las plazas constituyen elementos centrales en la estructura de la ciudad, en el imaginario urbano, en la identidad colectiva y, por lo tanto, en la construcción de los referentes principales del espacio público. Por eso el espacio público ha adquirido un significativo peso en los debates sobre la ciudad, pues se ha convertido en uno de los temas de mayor confrontación social respecto de esta, ubicándose como uno de los componentes principales de la agenda política urbana, en especial de la que busca generar integración social y construir el respeto al otro (Carrión, 2012: 13).

En América del Sur, la plaza tiene sus referentes en asentamientos pre-incásicos. Conjuntos de edificaciones que se estructuraban alrededor de espacios ortogonales<sup>2</sup> descubiertos. En el centro de este espacio se levantaba el ushno, que era una estructura piramidal de piedra, donde se realizaban actividades de carácter astronómico, religioso, militar y de intercambio. El ushno como elemento central de estos asentamientos poseía un carácter restrictivo, ya que solo las castas superiores podían acceder a él.

En el período Inca, y antes de la llegada de los españoles a América estos asentamientos humanos se multiplicaron (Cuzco, Machu Picchu, Vilcabamba, Cajamarca, entre otros). Tenían al menos una pampa (si el espacio era plano), o una pata (si era un espacio con declives), que llegaba a medir hasta 500 metros por lado, o una cancha. Las características específicas de estos espacios dependían del lugar geográfico al que pertenecían.

Durante la conquista española se introdujo la concepción de plaza como elemento central de la ciudad. El objetivo de la creación de este espacio era la de visibilizar las diferencias entre los conquistadores y los conquistados. La primera plaza que se levantó en suelo quiteño fue la Plaza Mayor de Quito, conocida tradicionalmente como Plaza Grande *“La plaza no era más que un rectángulo de tierra con una fuente de piedra mandada a construir por el gobernador Salazar de Villasante hacia 1562”* (Díaz; 2012:21). Esta plaza mantuvo su diseño durante más de tres siglos, hasta que el Presidente Gabriel García Moreno realizó una reestructuración.

La plaza, para los conquistadores de América, es el lugar central a partir del cual, bajo el patrón renacentista lógico y racional de ocupación territorial, se conforma una ciudad diseñada para consolidar el dominio conquistador-fundador, a través de un sitio estructurado socialmente en el que la diferencia entre cada uno de los peldaños de la escala social sea evidente y se exprese en el lugar, la forma y el tamaño de los espacios y de las casas; en las prácticas laborales y cotidianas, la comida, el vestido, las fiestas (Díaz, 2012: 76).

---

<sup>2</sup> **Ortogonal** se aplica a la proyección que resulta de trazar en un plano todas las líneas perpendiculares a este.

Las funciones que cumplía la plaza dentro del damero quiteño durante la colonia, se han transformado durante la época republicana. A la función de ser el elemento central del espacio público, según Fernando Carrión, se han sumado las de: dotar de sentido y forma a la vida colectiva, ser un elemento de representación de la colectividad y conformar un espacio de conflicto continuo y con continuas maneras resolverlo, para que este después de vuelta a reabrir

Sin embargo, estas funciones así como los procesos de reconocimiento y convivencia ciudadana, enmarcadas en el ámbito de la alteridad<sup>3</sup>, no son aplicadas por la población, por el continuo proceso de privatización de los espacios públicos. El investigador Fernando Carrión propone a la Des-plaza, A-plaza, Reem-plaza, y Em-plaza, como categorías para entender las causas de este proceso.

### **2.6.3 Tipos de plazas**

#### **2.6.3.1 La Des-plaza**

Con la negación del origen histórico se entra en un proceso de desplazamiento expresado en la erosión del imaginario y, también, de la realidad. Se percibe, por un lado, un vaciamiento de la sociedad (despoblamiento), una pérdida de las funciones centrales, una erosión de las estructuras antiguas, la ocupación de la calle por el comercio informal y, por otro lado, la pérdida de su condición de referente identitario, la visibilidad social y de representación que en, uno y otro caso, implica un re-direccionamiento hacia nuevos lugares de la ciudad. En definitiva, se extrae o expulsan imaginarios, funciones y población del lugar central posicionándose la agorafobia.

#### **2.6.3.2 La A-plaza**

Una vez producida la pérdida de centralidad por desplazamiento, existen dos opciones que esta noción de a-plazar transmite; la primera, que se difiera en el tiempo la posibilidad de la renovación y, la segunda, que el concepto revele que está desprovista de plaza; es decir, de su pérdida absoluta de su condición de espacio público que se llena de ciudad.

---

<sup>3</sup> **Alteridad** parte de una propuesta dialógica donde yo reconozco a un diferente como un tú raro, distinto, teniendo en cuenta que para él, yo soy el raro. Reconocer que yo soy el raro desde la perspectiva de él. De esta manera ya no se reconoce al otro porque sea bueno o no, sino por convivencia.

### **2.6.3.3 La Reem-plaza**

El desplazamiento tiene su antítesis en el reemplazo porque, frente al espacio que se vacía de población, existe un proceso de concentración de ciertas actividades urbanas más rentables que las residenciales, que conducen al fenómeno de la boutiquización del Centro Histórico. En otras palabras, la ciudad central vive un proceso de cambio por suma de valor al pasado (valor de historia) y no de conservación que expresa la lógica de palimpsesto. En el lugar se ubican funciones centrales acordes al momento histórico (renovación) que sustituyen a las anteriormente existentes; es decir, no se trata sólo de sustituir unas por otras, sino de cambiar la funcionalidad de la totalidad.

### **2.6.3.4 La Em-plaza**

Con la pérdida de la plaza (a-plaza), existe la necesidad no de mejorar lo inexistente sino de construir o reinventar la plaza para el nuevo urbanismo. De allí que sea necesario un emplazamiento (em-plazar) para volver hacer plaza, para que ese espacio vacío se llene de ciudad, de sociedad y de un pensamiento civil con estructura significativa, esto es, de un imaginario. Este proceso se logra poniéndose un plazo (conminándose) para construir un valor de historia que se expresa en la suma de valor al pasado (renovación) y no de congelar la historia (em-plaza). No solo existe valor de uso y valor de cambio sino también valor de historia, como acumulación de tiempo al pasado. Esta acumulación no es otra cosa que cada generación marque su huella para dejar una impronta creadora para el futuro, sea como olvido o como memoria. Este proceso únicamente es posible de realizarse con políticas urbano-culturales que no solo construyan o reconstruyan monumentos, sino que también produzcan una renovación en los imaginarios, los discursos y el espíritu de la ciudad, para que haya correspondencia entre imaginario y realidad.

Dentro de esta clasificación, la plaza El Quinde podría ser catalogada como una Em-plaza. Un espacio que durante mucho tiempo permaneció ajeno a la mayoría de la población, y que gracias a un proceso de regeneración urbano propiciado por los habitantes del sector y las autoridades municipales, de ese entonces, se transformó físicamente pero también dentro del imaginario urbano en el epicentro de la diversión nocturna y un lugar en el que durante el día confluyen las más diversas expresiones sociales. Durante cerca de diez años la plaza El Quinde, se ha constituido en el punto de encuentro de minorías y grupos vulnerables, como las niñas y niños, las mujeres, la tercera edad y el colectivo GLBTI.

## **2.7 Los grupos vulnerables**

Según la Real Academia de la Lengua Española, la palabra vulnerable proviene del latín vulnerabilis. Es un adjetivo que se usa para calificar a la persona que puede ser herida o recibir lesión, física o moralmente. En la actual Constitución de la República del Ecuador en la Sección quinta, de los grupos vulnerables, artículo 47 señala que: en el ámbito público y privado recibirán atención prioritaria, preferente y especializa los niños y adolescentes, las mujeres embarazadas, las personas con discapacidad, las que adolecen de enfermedades catastróficas de alta complejidad y las de la tercera edad. Del mismo modo, se atenderá a las personas en situación de riesgo y víctimas de violencia doméstica, maltrato infantil, desastres naturales o antropogénicos.

Para el investigador chileno Roberto Pizarro, la vulnerabilidad se ha constituido en un rasgo dominante en América Latina. Según él, la vulnerabilidad social es el resultado de los impactos provocados por el patrón de desarrollo vigente pero también por la incapacidad de los grupos más débiles de la sociedad para enfrentarlos, neutralizarlos u obtener beneficios de ellos. Hace algunas décadas, cuando se hablaba de personas o grupos vulnerables se hacía una relación casi inmediata con la pobreza, pero en la actualidad, no necesariamente ese es un factor que defina a este grupo humano. Por eso es importante mencionar que dentro de las minorías y grupos vulnerables también se encuentra la comunidad GLBTI.

En el Ecuador, el trato de los grupos vulnerables en los medios de comunicación masiva ha pasado de una etapa de invisibilidad en la que niños, mujeres, ancianos y comunidad GLBTI no tenían ninguna forma de representación a un periodo de sobre exposición que en muchos casos solo resaltaban hechos negativos. Sin embargo, en los últimos años esta tendencia ha cambiado, en gran medida, por el espacio que las minorías han ganado con base a un trabajo colectivo, pero también porque los periodistas y medios de comunicación se han dado cuenta que la participación social de estos grupos es importante para el desarrollo de la sociedad, más allá, de lo que es políticamente correcto para un medio.

El Investigador de esta tesis se desempeña como periodista en un medio de comunicación impresa de la ciudad, gracias a esto puede sostener que en el transcurso de este último año la información sobre los grupos vulnerables, específicamente de las mujeres y grupo GLBTI ha tenido un despliegue noticioso amplio, sobre todo, en el tema relacionado a los derechos de gays y lesbianas. En relación a este tema se puede mencionar un reportaje que se publicó en la revista dominical Hoy Domingo, del 19 de mayo del 2013. Otro de los temas que tuvo amplia cobertura por parte de los

medios de comunicación fue la Marcha de las Putas que se realizó por segundo año consecutivo en el barrio La Mariscal.

### **2.7.1 La Marcha de las Putas**

La Marcha de las Putas es un movimiento que nació en Canadá, en abril del 2010. Todo partió de las declaraciones emitidas por el policía Michael Sanguinetti durante una conferencia sobre seguridad ciudadana. En esa oportunidad el policía dijo que las mujeres debían evitar vestirse como “putas” para no ser víctimas de la violencia sexual. La primera marcha fue denominada Slutwalk, su objetivo era hacer una denuncia pública en contra de todas las formas de violencia hacia las mujeres y de las instituciones que la reproducen y la justifican.

Según la información desplegada en la página oficial del movimiento Marcha de las Putas Ecuador, este colectivo se formó en el país con el objetivo de protestar contra la violencia de género, la discriminación, el abuso sexual, la opresión hacia la mujer, el feminicidio, la misoginia, las prácticas sexistas, patriarcales, machistas y capitalistas, que enajenan a la mujer y la convierten en objeto sexual que responde a la lógica de consumo.

El nombre de este movimiento es una reivindicación de la palabra puta, que en la sociedad tiene por lo general una connotación negativa, que es asociada a las trabajadoras sexuales y a comportamientos de las mujeres que son considerados como inadecuados. Decir puta a una mujer se convirtió en un insulto que está ligado a prejuicios como el de la forma de vestir. La sociedad ha estigmatizado a las mujeres por usar faldas cortas y escotes prominentes. Que las mujeres vistan de la forma en la que se sientan más cómodas es una libertad, muchas veces restringida.

La Marcha de las Putas se celebró en Quito, el pasado sábado 20 de abril. Según la convocatoria que hizo el movimiento a esta marcha estaban invitados no solo mujeres sino hombres y personas con diversa combinación sexogenérica, además de todas las voces que se querían sumar a protestar a favor del respeto a la mujer. Los objetivos de la marcha eran los siguientes: manifestar de manera pública la constante vulneración a la que se ven expuestas las mujeres, sensibilizar a hombres y mujeres tratando de promover el principio del respeto mutuo para lograr una sociedad libre de estereotipos, reivindicar a las víctimas de los delitos sexuales, e introducir la problemática de la vulneración silenciosa de los derechos de la mujer en la agenda política y promover la construcción de leyes que la garanticen.



No es No, esta es una de las consignas del movimiento que, desde hace algunos meses, se reúne todos los miércoles y sábados en el Centro de Arte Contemporáneo, con el propósito de organizar talleres, charlas y actividades que promuevan la no discriminación de la mujer, y que tiene su corolario en la marcha que en Quito se realizó por segundo año consecutivo. Para Ana Almeida y Eli Vásquez, dos de las organizadoras de la Marcha de las Putas, el propósito y los objetivos de esta manifestación en el espacio público son las siguientes:

La Marcha llegó por un interés propio sobre lo que pasa en algunos países en temas de violencia de género. Me interesé en la propuesta de Canadá, que es la original. Con colectivos de mujeres feministas, decidimos hacer la Marcha de las Putas Ecuador del año anterior. Con un carácter particular: la construcción de un reflexivo manifiesto político que incluye a mujeres y a hombres en la lucha contra la violencia de género y a personas LGBTI. Es una movilización contra la violencia y a favor de la libertad estética. La hicimos en respuesta a la constatación de violencia no solamente física, sino psicológica, sexual o patrimonial. Saber que los cuerpos de las mujeres se violentan permanentemente puede generar conciencia. En la marcha hay gente que ha tenido experiencias violentas y gente que no las ha tenido. La marcha pretende aumentar la conciencia, no va a cambiar la sociedad ni va a cambiar leyes. De la mano de la marcha están iniciativas como la tipificación del femicidio; otras que lamentablemente duermen el sueño de los justos como la ley de igualdad de mujeres, hombres y personas de diversa condición sexo genérica que está en la Asamblea y no se ha debatido en dos años. También está la necesidad de incidir en educación en comunicación, en erradicar estereotipos de género en el espacio público y de los medios de comunicación. Son estrategias paralelas que van de la mano, pero en el caso de la Marcha de las Putas representan una importante irrupción en el espacio público con un tema que ha sido demasiadas veces condenado en el espacio privado: "no digamos puta en público porque..." pero en la vida cotidiana, cuántas veces nos dicen puta en las esferas donde no trasciende (Extracto de la entrevista realizada por Sol Freire Figueroa, estudiante de la Universidad San Francisco de Quito, publicada el 19 de abril en el diario Hoy).

## CAPÍTULO III

### 3. EL DISCURSO

Antes de iniciar el análisis de discurso, es importante mencionar el proceso por el que ha pasado el análisis de los mensajes en la historia de los medios de comunicación. En la década de los sesenta, este estudio estuvo marcado por el análisis de contenido. Lo que se buscaba era cuantificar ciertos elementos que aparecían en un texto y reconocer la preponderancia según la frecuencia con la que aparecían en el mensaje. Sin embargo, esta cuantificación dejaba por fuera los matices, los pequeños detalles que conforman un mensaje.

Posteriormente, Roland Barthes plantea un enfoque lingüístico para el análisis de los mensajes enfocado en el lenguaje y en la construcción de este, pero, como señala Daniel Prieto, en esta visión quedaba fuera el inmenso espacio del uso social del lenguaje. En la década del setenta, aparece una tercera orientación a partir del libro *Para leer al Pato Donald*, de Mattelart y Dorfman. La lectura ideológica de los mensajes permitía, por medio de los detalles de los personajes, descubrir los mecanismos de manipulación a los que era expuesto el receptor. Se entendió que ningún mensaje carece de intencionalidad. El problema de este enfoque es que no contextualiza la situación de los personajes dentro de un discurso.

Orientado a un análisis de tipo semiótico cualitativo, a finales de la década de los setenta aparece el enfoque teoricista cuya repercusión se sintió con mayor fuerza en Francia e Italia. Finalmente, el análisis del discurso se sitúa dentro de una perspectiva histórica, desplazando el análisis de los signos hacia el análisis de los discursos. Uno de los ejemplos más importantes dentro de esta orientación es el trabajo de Foucault sobre el discurso médico en los siglos XVIII y XIX. Para Prieto, este análisis es la única vía que permite situar a un mensaje en su verdadero contexto, de comprender las estrategias y las argucias de quienes en un determinado momento tuvieron el poder.

Para el investigador Daniel Prieto Castillo, la palabra discurso hace referencia a las diversas formas de elaborar un mensaje, a la preferencia por ciertas estrategias, recursos expresivos y la inclusión de unos temas en detrimento de otros. Todo acto discursivo significa una selección y combinación de términos, así como una selección de temas. Para comprender el acto discursivo no solo se tiene que tomar en cuenta los elementos expresivos y el contenido, sino de manera fundamental el contexto en

el que se produce. Es importante determinar quiénes lo producen, a quiénes va dirigido, pero sobre todo del pasado de estos seres y el pasado de ese tipo de discurso.

### **3.1 La estructura del discurso**

Según Prieto, el ordenamiento de las partes del discurso es el resultado de determinadas estrategias para entrar, presentar y resolver un tema. Las formas tradicionales del ordenamiento de un discurso están relacionadas a la intención de no sorprender a los destinatarios y se caracterizan por ser lineales. Las formas más sofisticadas corresponden a la literatura, al teatro o al cine que pide una mayor participación en el desarrollo del mensaje. La primera es cercana a la cotidianidad de las personas. La segunda juega con el tiempo y las experiencias anteriores de los destinatarios.

### **3.2 Estrategias de inicio**

Son las estrategias que utiliza el emisor para introducir al lector en el mensaje. Según Daniel Prieto, se clasifican en: 1) Puesta en escena. Mediante algunas líneas somos situados ante los personajes, obtenemos noticias del ambiente en que se moverán, tenemos alguna idea de cómo es cada uno de los seres. Sin embargo, no sabemos qué sucederá con ellos. 2) El corazón del asunto. Desde el comienzo sabemos quiénes son los personajes y qué pasará con ellos. 3) Personalización y despersonalización. Mediante las primeras se sitúa todo en uno o más personajes. Las cosas pasarán a través de ellos. La segunda variante consiste en centrar el discurso en ideas, en situaciones más abstractas, sin ocuparse de seres. 4) Incógnita. Aparecen personajes, informaciones, que no alcanzamos a comprender y que son una invitación a seguir adelante, a buscar en el discurso la información que podrá explicar algo.

### **3.3 Estrategias de desarrollo**

El desarrollo o cuerpo de un discurso tiene distintas posibilidades. Desde el planteamiento de Prieto se clasifican en: 1) Desarrollo lineal. Suele ser utilizado con el propósito de dar información, de acumular datos. No hay nada que proponerle al lector en el sentido de una espera, de una aventura por lo que vendrá. 2) Desarrollo redundante. Se apoya en lo que ha sido dicho para volver a lo mismo de diferentes maneras. Nada está terminado, hay siempre la alternativa de volver para enfatizar, para asegurarse de que el destinatario se persuadirá. 3) Desarrollo ascendente. Es de uso corriente en el relato popular y en buena parte de los mensajes de difusión colectiva. Se trata de la técnica más sencilla, ya que todo se centra en torno de un único asunto, de un único conflicto. 4) Desarrollo ascendente descendente. Permite al destinatario tomarse momentos de relax, no está ante algo que lo fuerza a una tensión sometida a lo largo del discurso.

### 3.4 Estrategias de cierre

Existen dos clases de estrategias de cierre: las previsibles y las imprevisibles. En el cierre previsible el receptor sabe de antemano cuál va a ser la conclusión final. En el cierre imprevisible el receptor no sabe de qué manera finalizará el discurso. El emisor puede dar un giro al final del discurso o puede dejar la trama de tal forma que el receptor sea el que construya su propio cierre.

### 3.5 Estrategias de fondo

En función de los recursos que el emisor emplea en la construcción de un mensaje, las estrategias que se utilizan en un discurso pueden dividirse en: fondo y superficie. Las estrategias de fondo expresan lo que se quiere transmitir a los destinatarios. Para esto es necesario tener información del contexto del mensaje, así como datos de la fuente emisora. Según Prieto, si no se contextualiza el mensaje se corre el riesgo de dejar fuera del análisis cuestiones que aparecen en el mismo, o bien de descalificar a priori todo el material. Las estrategias de fondo se expresan de la siguiente forma:

a) Lo manifiesto y lo latente. Lo manifiesto hace referencia a lo que se dice en un discurso en relación al tema y a la forma en que este es presentado. Es lo que se puede evidenciar por parte del emisor. Lo latente es lo que no se dice pero que se entiende de manera implícita. *“Lo latente no es sinónimo de algo negativo, por el contrario, a menudo pueden planificarse elementos latentes que aportan percepciones distintas de la mujer, del campesino, del niño, etc., a fin de mostrarlos más participativos”* (Prieto, 2000: 68).

b) Predicaciones. Se refiere a las atribuciones que el emisor le da a alguien o a algo. Mediante estas atribuciones se da una versión específica de una persona. El emisor puede predicar de manera positiva o negativa. Los elementos que utiliza pueden ser adjetivos y sustantivos, que cumplen una función adjetiva, y los verbos que cualifican las acciones. Mediante esta estrategia, el emisor dice cómo es o describe las acciones que le llevan al receptor a hacerse una idea de un personaje. Se agrupa lo que el emisor dice de cada personaje o de cada situación.

c) Referencialidad. Si cada mensaje es una versión de una persona, un hecho, o una cosa, hay distintas maneras de acercarse a un tema. Los mensajes son de alta referencialidad si tienen una adecuada cantidad de información sobre un tema. Y son de baja referencialidad cuando el mensaje tiene poca información o detalles de lo que se está contando. En relación a esta estrategia puede ocurrir la distorsión referencial, en la que el emisor incluye información falsa con el objetivo de distorsionar un discurso.

d) Tipificaciones. Daniel Prieto sostiene que cuando se tipifica, se reduce a alguien o a algo a un esquema o a una estructura que es reconocible de manera fácil. El emisor describe de una manera particular a una persona o a un hecho y, a partir de esa caracterización, el emisor lo califica o descalifica. Cuando las tipificaciones se vuelven reiterativas y emotivas el emisor puede caer en la construcción de estereotipos.

e) Relaciones de armonía y oposición. La primera hace relación a la ausencia de conflicto entre los personajes que están dentro de un mensaje. La segunda, refiere al evidente conflicto que hay en la vida de un personaje o de una situación específica. El conflicto clásico es el que se da entre el malo y el bueno. f) Lo dicho y lo no dicho. Para Daniel Prieto, lo manifiesto y lo latente están en el mensaje, en tanto que lo no dicho es algo que el emisor excluyó, pero que de igual forma incide sobre el mensaje. Lo que no se dice de alguien o algo también puede dar pistas de qué objetivos tienen la construcción de un mensaje.

### **3.6 Estrategias de superficie**

Las estrategias de superficie son las que se utilizan dentro de la organización de un mensaje. Para Prieto, además de la composición general del discurso y de la elección de temas específicos, en cada frase se juega algún tipo de intensión. Los recursos que se utilizan en este tipo de estrategia son: 1) Universalización. Es un juicio que se generaliza a todos los miembros de un grupo, de un sexo, una etnia, de una nacionalidad. Los usos más frecuentes son “todos”, “ninguno”, “el hombre”, “la mujer”, “el niño”.

2) Generalización. A partir de un caso son sacadas conclusiones que se pretenden generales a todos los casos similares. De una experiencia negativa con un abogado, por ejemplo, se concluye en que todos son malos. 3) Tópicos. Lugares comunes, lugares sociales. Los hay de amor, trabajo, amistad, belleza, honradez, fidelidad, entre otros, y se los expresa mediante enunciados conocidos por todos en una determinada sociedad o grupo. Un ejemplo de esto son los refranes.

4) Personalización. El discurso se dirige explícitamente a alguien. Se utiliza la segunda persona, o se apela a un nombre. En caso de que el emisor se involucre con los destinatarios se trata de un juego de personalización por inclusión. 5) Despersonalización. Se dice algo como si fuera una ley universal, una expresión con valor en sí mismo. Las formas privilegiadas son la impersonal con “se” y las construcciones con el verbo haber. 6) Redundancia. Son reiterados temas mediante otras palabras a fin de insistir en algo. Esta es una característica propia del lenguaje coloquial. 7)

Comparación. Consiste en relacionar dos elementos para atribuir a uno las características del otro. El nexo más usado para este recurso es la expresión “como”.

8) Metáfora. Se parte de una comparación, pero sintetizada. No hay un nexo. 9) Sinécdoque. Se alude a algo a través de una parte, de un detalle. Por ejemplo, en lugar de describir a una persona que huye se habla de que no le daban los pies para correr. 10) Hipérbole. Es una exageración verbal, o visual. Se exagera por acumulación de adjetivos, por uso de aumentativos, por agrandamientos de un suceso. 11) Sentido de oportunidad. Durante un discurso se introducen palabras que cambian el sentido de lo que se está diciendo. Ejemplos de esto pueden ser los apodos, el retruécano, o la inclusión de un dicho popular. 12) Inferencia inmediata. A partir de algunos detalles, de unos pocos indicios, se busca obtener conclusiones definitivas sobre un ser o una situación.

### **3.7 Lo ideológico**

Según Daniel Prieto, todas las estrategias antes mencionadas tienen que ver con la ideología de un discurso. Lo ideológico proporciona una visión del mundo que puede ser real o puede corresponder a una falsa conciencia. Para esto, el investigador propone el análisis de: lo que fundamentalmente se predica de un sujeto, es decir el tema; el modo de vida propuesto como válido; los modelos de relaciones y soluciones sociales que se adopta, y lo que no se dice del mensaje.

### **3.8 Tipos de discursos**

Dentro del estudio que realiza el investigador Daniel Prieto Castillo, en su texto Análisis de mensajes, los discursos se clasifican en: científico-tecnológico, estético, religioso, retórico, educativo y cotidiano.

#### **3.8.1 Discurso retórico**

La retórica consiste en el arte de persuadir en público, de la palabra calculada en función de un efecto. Discurso de acción: su intención es conmover a los perceptores, mover sus ánimos para llevarlos a aceptar determinado argumento o adoptar ciertas conductas. Si bien la clave es la palabra, este discurso se apoya en gestos, en puestas en escena. Estamos ante una de las estrategias discursivas más difundidas en la sociedad. Aparece no solo en la política, en la publicidad, sino también en la vida diaria.

### 3.8.2 Discurso Cotidiano

Punto de encuentro de todos los discursos, la vida cotidiana hace un uso muy preciso de ellos y, a la vez, tiene sus formas propias de expresión. El tamiz de la vida cotidiana, lleva a reconocer algunos elementos de la misma, que son útiles para comprender el porqué de determinadas inflexiones discursivas. Se define a la vida cotidiana como las concepciones, evaluaciones y percepciones que en sus prácticas diarias comparten los integrantes de un grupo social. La vida cotidiana se sustenta en una acumulación de experiencias y de aprendizajes. Mediante ella, cada ser, cada grupo, se resguarda de la incertidumbre de la existencia. Por eso, la vida cotidiana se caracteriza por un inmediatismo en las relaciones, por una tendencia a resguardarse en lo familiar, en lo típico, en lo que no amenaza con cambios drásticos. Y por eso también, las rutinas constituyen la trama íntima de la vida cotidiana.

Estos elementos hacen de determinada manera el discurso cotidiano. Una persona recibe mensajes retóricos, pero a la vez utiliza estos recursos para reafirmarse ante alguien, para deslumbrar, entretener y ocultar. Entre los usos que se da al discurso en la vida diaria, es de mucha importancia el lúdico y el festivo. No nos expresamos solo para indicar o referirnos a algo, sino también para gozar con el acto mismo de la expresión.

### 3.8.3 El Discurso periodístico

El discurso periodístico es el mensaje elaborado por un periodista o editor que se transmite a través de un medio de comunicación masiva. El objetivo de este mensaje es informar a las personas sobre los hechos y acontecimientos de actualidad. Para Miguel Rodrigo, la construcción del discurso periodístico está compuesto por tres fases que están interrelacionadas: la producción, la circulación y el consumo o reconocimiento. Para el análisis del discurso periodístico es importante tener claro lo que es un acontecimiento. *“El acontecimiento debe concebirse en primer lugar como una información; es decir, un elemento nuevo que irrumpe en el sistema social. El acontecimiento es precisamente lo que permite comprender la naturaleza de la estructura y el funcionamiento del sistema”* (Morin, 1969: 225). El mismo investigador sostiene que el acontecimiento es un fenómeno de percepción del sistema, mientras que la noticia es un fenómeno de generación del sistema.

Como se ha visto, el discurso periodístico es solo uno de los discursos sociales que construyen la realidad. La construcción de la realidad informativa, por parte de los medios de comunicación, es una actividad reconocida socialmente. *“La relación entre el periodista y sus destinatarios está establecida por un contrato fiduciario social e históricamente definido. A los periodistas se les*

*atribuye la competencia de recoger los acontecimientos y temas importantes y atribuirles un sentido*” (Rodrigo, 1999: 31). Para los propósitos de esta investigación, interesa conocer el proceso de producción de la realidad informativa a través del sistema de los *mass media*.

Según Rodrigo, la relación entre acontecimiento-fuente-noticia es esencial para la comprensión de la construcción social de la realidad informativa. Dentro de esta realidad informativa, donde se sitúa el discurso periodístico o noticioso, el medio de comunicación juega un papel importante porque condiciona la producción de dicho discurso a nivel técnico y a nivel ideológico. Es así que a criterio de este teórico, el periodista no solo es un mediador de la realidad social, sino que es uno de los actores que construye dicha realidad.

### **3.9 Los géneros periodísticos**

Para Juan Gargurevich, los géneros periodísticos son formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación. A diferencia de los géneros literarios, en los que se busca el placer estético, el objetivo de los géneros periodísticos es el traslado de información. Sin embargo, con el surgimiento del llamado Nuevo Periodismo en la década de los sesenta, referentes del oficio como Gay Talese, Truman Capote o Tom Wolfe conjugaron de una manera acertada información con depuradas técnicas literarias.

Para los intereses de esta investigación, es importante señalar que dentro del trabajo periodístico hay una diferencia del uso de los géneros en relación al medio impreso en el que se escriba. No es lo mismo que el periodista piense en escribir una información para un periódico, que para una revista, principalmente por dos aspectos: la inmediatez y el espacio que se le concede para escribir su nota. En este contexto, la noticia se convierte en el género periodístico más utilizado.

#### **3.9.1 Breve historia de los géneros periodísticos**

En el siglo XIX, la evolución del trabajo periodístico en los medios de comunicación impresos fue lento. En las últimas décadas de este lustro, el ritmo del quehacer del periodista se modificó por el incremento de las innovaciones técnicas. Estos cambios, que también se reflejaron en el incremento de lectores, incentivaron al desarrollo de nuevas formas de expresión en relación al estilo en el que era presentada la información.

En el siglo XVIII, el periodismo impreso en Latinoamérica, se caracterizó por la agrupación de información contada de forma natural y en orden cronológico. Lo sobresaliente de esta época fue el



aparecimiento de un esbozo de titular, que tenía un tamaño de letra más grande que la del texto informativo. Según Gargurevich, el periodismo decimonónico en América Latina encuentra nuevas formas y estilos. En ese tiempo, un periódico se dividía entre cartas remitidas, diálogos, artículo remitido, artículo comunicado y las alegorías.

Las noticias propiamente dichas, están contenidas en los comunicados. La influencia del periodismo español es directa, pero decrecerá en la medida en que toda América se vea sometida a la creciente influencia de los Estados Unidos, en todo orden de cosas. Además en España, el periodismo se retrasa considerablemente con relación a sus vecinos europeos. Recién en 1868, se hace un intento de ingresar al periodismo masivo, con el nuevo diario El Día, del Marqués de Riscal, fracasándose en la experiencia. Poco más tarde se fundaría -también con retraso- la Agencia Fabra de noticias. Y en 1890 toda la prensa diaria madrileña alcanza la modesta tirada de 100 mil ejemplares. En los Estados Unidos, en cambio, las puertas del periodismo masivo se abren en 1835 con los diarios de Benjamín Day y James Gordon Bnnet, sobrepasándose con facilidad la barrera de los 50 mil ejemplares (Gargurevich, 1982, 13,14).

En este contexto, en el periodismo español se hizo imposible la separación entre escritor y periodista. En países como Estados Unidos, Francia, Italia e Inglaterra, el profesional del periodismo aparece a la mitad del siglo XIX. Desde su profesionalización, este se distancia de las técnicas literarias artísticas. La mayor influencia en la formación de un estilo periodístico propio la imprimen los redactores de las agencias de noticias. Por esos años, en el periodismo estadounidense aparece el lead y la organización de la información de la noticia en un esquema denominado pirámide invertida. La formación de los periodistas latinoamericanos empieza a ser influenciada por la escuela estadounidense, que es la que marca la pauta en el estilo de los medios impresos de occidente.

La clasificación de los géneros periodísticos que se utilizan en el periodismo moderno es extensa y depende del autor al que se cite. Para la investigadora María Julia Sierra, dentro del periodismo noticioso están: crónica, columna, entrevista, reportaje, editorial, artículo de fondo y noticia. El teórico Fraser Bond explica que dentro del análisis del periódico moderno predominan cinco clases de noticias: la entrevista, el reportaje sobre discursos, la noticia de interés humano, la nota necrológica y la información deportiva. Cada una con su técnica y estilo particular. Además, propone dentro de los géneros periodísticos al editorial, columna, reseña, tira cómica y periodismo gráfico.

Los géneros nos sirven para entendernos en las redacciones y para analizar los periódicos en las facultades. Pero también resultan útiles para el lector. Con una sola condición: que el periódico se moleste en diferenciar tipográficamente un género de otro. Esta diferencia constituye una garantía para el público. Porque el ánimo con el que el lector se adentra en una noticia dista mucho del que pueda tener al aproximarse a un análisis o un comentario. Los géneros periodísticos, como hemos dicho, se diferencian fundamentalmente por el distinto grado de presencia del informador en su texto. Así en la noticia apenas aparece quien la ha redactado; solo adivinamos que tiene un autor porque en ella se da, lógicamente, una elección de la realidad, de modo que su redactor escoge aquellos

elementos que le parecen interesantes (y eso entraña ya un juicio personal). Pero no conocemos su opinión sobre los hechos que narra. En el lado opuesto, el artículo, la tribuna libre o el editorial implican una presencia omnímoda de quien escribe, que muestra sus propias opiniones —o las de la empresa editora— de una manera muy subjetiva (Grijelmo, 2008: 28,29).

### **3.9.2 La noticia**

Sin duda, la noticia es la técnica periodística más utilizada dentro de la industria informativa. Se trata de un género periodístico cuyo objetivo es informar sobre un acontecimiento de actualidad. Para Alex Grijelmo, la noticia es la esencia del periodismo, su materia prima. Según él, la noticia es todo aquel hecho novedoso que resulta de interés para los lectores a quienes se dirige el diario. Se trata de un texto periodístico que no tiene opiniones personales ni juicios de valor. Es redactado siempre en tercera persona.

La noticia es quizás el más tradicional de los géneros periodísticos. Desde siglos atrás, la necesidad de estar informado sobre lo que ocurre en el mundo, ha llevado a los seres humanos a buscar maneras de difundir hechos más trascendentales de su tiempo. Así surgieron los primeros cronistas griegos y romanos (Heródoto, Tucídides, Homero, Cicerón, Julio César, Virgilio), quienes relataron lo que en su tiempo aún no era historia sino actualidad. Ellos fueron, guardadas las proporciones, los primeros periodistas de la historia, y lo que comunicaban no era otra cosa que noticias (Gutiérrez, 2005: 43).

Según Javier Darío Restrepo, la noticia actual se caracteriza por tener tres elementos fundamentales:

- 1) Información detallada sobre el hecho de actualidad, de manera que pueda describirse de forma precisa lo ocurrido.
- 2) Antecedentes y consecuencias del hecho de actualidad, con el fin de que el público entienda las razones por las cuales ocurrió y lo que podría acontecer a partir de su ocurrencia.
- 3) Comparaciones con casos similares que han ocurrido en ocasiones anteriores en otros lugares del mundo y las medidas que se han aplicado para dar solución a la problemática generada por esos hechos, pues esto permite hallar nuevas ideas a quienes deben tomar decisiones y acciones sobre el nuevo hecho.

La estructura de la noticia ha ido mutando con el transcurso del desarrollo de los géneros periodísticos y de la tecnología. La más difundida ha sido la de pirámide invertida, pero según Alex Grijelmo esta información estructurada a partir del orden de importancia de los hechos ha quedado anticuada. “Tuvo su razón de ser cuando los periódicos se componían en plomo y el cálculo de líneas nunca resultaba exacto” (Grijelmo, 2008: 33). Otras propuestas en relación a la estructura de la noticia son: a) Cronológica, con un inicio, un cuerpo y un clímax; b) Combinación de estructura: una entrada y un cuerpo; d) Igual valor e importancia: la misma jerarquización de datos en todo el texto.

Independiente de la estructura que el periodista utilice para escribir su nota, todos los teóricos concuerdan que el lead o entradilla de la noticia es transcendental dentro del mensaje que transmite el periodista y la aceptación que este tiene por parte del lector. La estructura clásica del lead responde a cinco preguntas: qué, quién, cómo, cuándo, y dónde. Según Fraser Bond, la entrada es el trampolín desde el cual el reportero salta a la noticia. Según una clasificación propuesta por él, los leads pueden diferenciarse según su objetivo en:

1) Entrada de compendio. Resume de manera clara los hechos principales de la noticia. Se responde a las cinco preguntas antes mencionadas. 2) Entrada de llamado directo. Utiliza el usted para captar la atención y producir el involucramiento del lector. 3) Entrada circunstancial. Hace hincapié en las causas del suceso. Es útil para las noticias de interés humano. 4) Entrada con declaración o cita: es aquella que inicia con una declaración que emitió un actor, una frase breve que concentra lo más importante. Va entrecomillada. 5) Entrada descriptiva. Presenta una escena de drama o interés humano, presentando de manera detallada a los protagonistas. 6) Entrada de suspenso. Estimula el interés del lector. Después de la entrada sigue un relato cronológico del hecho noticioso. Se emplea en noticias breves y coincide con la estrategia discursiva que combina la pirámide invertida y el relato cronológico. 7) Entrada tabulada. Enumera aspectos o pormenores de la noticia sin resaltar ningún hecho en particular. Cada aspecto de la noticia tiene el mismo valor. 8) Entrada sensacionalista. Recurre a la exclamación o exageración con el fin de captar la atención del lector. 9) Entrada de ambiente. Describe el lugar del surgimiento de la noticia.

### **3.9.3 La Crónica**

En las últimas décadas, la crónica ha tenido un resurgimiento dentro del quehacer periodístico. Este género tomó impulso con el surgimiento del llamado Nuevo Periodismo y se ha consolidado en Latinoamérica a través del trabajo de instituciones como la Fundación para el Nuevo Periodismo en Iberoamérica. En relación al uso de la crónica en los medios impresos hay que hacer una distinción entre las que son escritas para un periódico y las que se escriben para suplementos o revistas. En el primer caso, este género tiene algunas limitantes como: la extensión del texto, que tiene que ver con el espacio que se le otorga al periodista para escribirla y el tiempo que este tiene para trabajarla. Dos variantes que en el caso de la crónica escrita para una revista se resuelve sin inconvenientes. Sin embargo, se pueden citar casos como el del periodista ecuatoriano Roberto Aguilar, quien con maestría ha logrado conjugar tiempos y espacios para dedicarse a la escritura de la crónica política, actividad que ejerce con gran impacto social en las páginas de diario Hoy.

Según Martin Vivaldi, la crónica es una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos. Se trata de un género que vale como relato y como juicio del cronista. Álex Grijelmo explica que la crónica toma elementos de la noticia, el reportaje y del análisis. Se distingue de los dos últimos en que prima el elemento noticioso, y se distingue de la noticia porque incluye una visión personal del autor. Uno de los elementos que caracterizan a la crónica es el manejo del tiempo, que en este caso es atemporal. La visión personal de la que habla Grijelmo es matizada con la ambientación y descripción del lugar y de los personajes. Este recurso dentro del oficio se conoce como darle color a un acontecimiento.

La palabra crónica –nos recuerda Vivaldi- deriva de la voz griega cronos, que significa tiempo. Se trata de contar un acontecimiento de interés general, de acuerdo con un orden temporal. El manejo del tiempo no necesariamente debe ser lineal. El cronista tiene licencia para comenzar por la parte de la historia que estime más conveniente para sus necesidades narrativas. Por ejemplo, puede incluir al principio la muerte del personaje y luego devolverse a contarnos cómo fueron las primeras horas del día en que sucedieron los hechos. En todo caso, aunque los acontecimientos no se narren en el mismo orden en que se presentaron, el lector le debe quedar claro qué fue primero y qué fue después (Velásquez, Gutiérrez, Salcedo, torres & Valderrama, 2005:17).

### **3.10 El estilo periodístico**

La forma en la que un periodista redacta una noticia está relacionada con el buen o mal uso que hace de las reglas gramaticales y sintácticas, pero también con el estilo particular con el que escribe. Ordenar, jerarquizar y condensar la información es una actividad que cada periodista realiza y que solo se logra afinar con el pasar de los años. El objetivo del estilo periodístico es que los receptores de la información obtengan un mensaje claro y sencillo. Para esto, el periodista debe ejercitarse en el oficio de la escritura, cuyo aprendizaje se da solo a través de dos mecanismos: la lectura y la escritura. Los profesionales del periodismo saben que para obtener un texto entendible y que enganche al lector se lo debe pulir un sinnúmero de ocasiones. Otro factor importante, dentro del estilo periodístico, es saber a quiénes se va a transmitir el mensaje. No es lo mismo escribir para niños, para jóvenes o para personas de la tercera edad.

Escribir es el mejor medio para desarrollar la personalidad por el esfuerzo que requiere imaginar, ordenar y sintetizar la información sobre la cual se trabaja. Cuando se escribe con pasión y se está dispuesto a no dejar ninguna ventana a la confusión, el que está trabajando es el espíritu de la mano del conocimiento. Estas ideas nos permiten expresar que el ejercicio de escribir no solo es darle un orden a las palabras, sino que va más allá: llevar de la mano al lector a escenarios de reflexión y de pensamiento (Velásquez, Gutiérrez, Salcedo, torres & Valderrama, 2005:17).

Álex Grijelmo divide al estilo periodístico entre dos estilos: el correcto y el incorrecto. Dentro de la primera división, a la que también denomina buen estilo, están: la claridad, la lógica, la sorpresa, el

humor, la ironía, el vocabulario, la paradoja, el adjetivo, la metáfora, el sonido, el ambiente y el remate; a) El estilo es la claridad. José Javier Muñoz decía que una frase periodística tiene que estar construida de tal forma que no solo se entienda bien, sino que no se pueda entender de otra manera. La información que se transmite no tiene que ser ambigua.

b) Ordenación lógica. Según Luis María Cazorla, la claridad en un texto exige lógica y ordenación expositiva. El buen estilo del periodista se evidencia en la estructura con la que dota a sus notas. Grijelmo sostiene que el periodista siempre debe tener clara la siguiente consigna: “Jamás escribir nada que uno no entienda”; c) El estilo es la sorpresa. Tiene relación con el aspecto literario que se le imprime a un texto. Son pequeños giros que se le da al texto con la intención de que el lector disfrute del material propuesto. El uso de la metáfora o el ordenamiento de ciertas palabras ayudan al periodista crear una atmósfera diferente para el receptor.

d) El estilo es el humor. El humor es una variante de la sorpresa. Para ser expuestos en textos informativos requieren de cierta elegancia. Uno de los recursos más utilizados es reducir al absurdo las tesis que se refutan. Otros recursos son: la paradoja de ideas o de hechos, la reiteración, la repetición de una expresión, de una idea o de una frase, la personificación y la reificación (hacer que los objetos adopten un papel humano y viceversa). Dentro del estilo humorístico, la palabra clave no puede figurar al inicio ni en el medio de una frase sino al final. Detrás del efecto humorístico no debe leerse más que el punto.

e) El estilo es la ironía. La ironía consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice, pero de modo que se dice mucho más de lo que se dice. La ironía lleva de forma implícita la burla, y coloca al autor en un lugar de superioridad respecto a la realidad que aborda. La ironía juega con el doble sentido de las palabras y de las frases; f) El estilo es el vocabulario. El bagaje léxico del que disponga un periodista, sin duda, es parte de su estilo. Para tener mayor injerencia en este aspecto es necesario que el redactor hay leído mucho. Para Grijelmo, disponer de buen estilo no queda más remedio que practicar el placer de la lectura de modo que las palabras vayan almacenándose mansamente en la memoria.

g) El estilo es la paradoja. La paradoja es una forma de humor. Según Grijelmo constituye uno de los más valiosos instrumentos del periodista. La paradoja puede estar relacionada con el humor pero también puede suponer un llamado a la conciencia. Propone un razonamiento que juega con ideas ilógicas que resultan lógicas, o viceversa. h) El estilo es el ritmo. Sirve para provocar en el lector

determinados sentimientos de ternura o indignación. La riqueza en el vocabulario proporciona la voz adecuada para componer el ritmo deseado en un texto. El ritmo lo crean el acento, la pausa y la rima.

i) El estilo en el adjetivo. El adjetivo que se usa en una noticia o en una crónica debe aportar información, nunca un juicio de valor. Se debe preferir los adjetivos sobrios y sencillos. El periodista debe huir de los adjetivos más usados, y buscar su propio arsenal de atribuciones. Para Grijelmo, los adjetivos son la ropa de los sustantivos, a los que no se puede vestir con más abrigos de los que necesita. j) El estilo es la metáfora. Los tropos dan originalidad y creación al periodista. Las metáforas no deben desviar la atención sobre lo que se está diciendo. Pueden establecer una línea significativa paralela a lo significado, pero no tan distante para que no se pierda la idea de lo que se quiere significar. Se mencionan los siguientes tipos de tropos: la figura, la comparación, la metonimia, la sinécdoque, la personificación, la reificación y la greguería.

k) El estilo es el sonido. Este efecto estilístico consiste en repetir un determinado fonema en un espacio breve del texto para asemejar el sonido de las palabras a lo que se desea representar. l) El estilo es el ambiente. Las palabras connotadas evocan ambientes, épocas, lugares, olores, colores, sonidos. Su adecuado encadenamiento sirve para montar todo un decorado en el texto. m) El estilo es el orden. Se refiere a la importancia del lugar que ocupan las palabras dentro de una frase. Para esto se utiliza el hipérbaton que es una técnica en la que se cambia el orden establecido de una oración con el fin de buscar un efecto expresivo. n) El estilo es el remate. Es uno de los momentos más importantes del trabajo periodístico y en el que se pueden usar cualquiera de las herramientas expuestas anteriormente. El objetivo final es que el lector entienda el mensaje de la forma más contundente posible.

### **3.11 Las fuentes periodísticas**

Para el periodista polaco Ryszard Kapuscinski, existen tres tipos de fuentes: los otros y nosotros, (es decir la gente), los documentos, (archivos, revistas, periódicos, y artículos sobre el tema) y el mundo que rodea al periodista, (la atmósfera física pero también la social en la que este convive a diario). Sibila Camps y Luis Campos en su libro ‘Así se hace periodismo’ proponen la siguiente clasificación:

1) La observación directa. Esta sucede cuando el periodista se encuentra en el lugar donde ocurre el hecho, las primeras observaciones provienen de lo que está viendo, sin que sea necesario que realice entrevistas.

2) La gente. Son los protagonistas de un acontecimiento noticioso (víctimas, culpables, sospechosos, familiares, autoridades). Los voceros y jefes de prensa (funcionarios, políticos, empresarios). Los contactos (personas a las que el periodista recurre con cierta frecuencia y con los que mantiene una relación de cierta confianza). Las agencias de prensa (equipos de periodistas o licenciados en comunicación social que contratan instituciones o empresas de forma permanente o por una actividad determinada). Los periodistas de otros medios (colegas de otras ciudades del país o del que son consultados sobre hechos que ocurren en sus áreas de influencia).

3) Los documentos. Dentro de esta fuente están: cables, documentos propiamente dichos (con autoría y procedencia plenamente probada, documentos no convencionales (materiales escritos, impresos o manuscritos, que en determinadas circunstancias cumplen el rol de fuentes), archivos periodísticos, redes informáticas, estadísticas, encuestas y sondeos de opinión, material bibliográfico, fotos, videos, discos, CD, cassetes. 4) Otros medios de comunicación: diarios, revistas, televisión, agencia de noticias, Internet. 5) La parainformación: visitas y llamados a la redacción, anónimos, rumores, chistes y apodos, campañas y avisos clasificados, la lectura de la ciudad: afiches, volantes, *graffitis*.

Para el catedrático Roque Rivas Zambrano, el contacto que el periodistas tiene con sus fuentes depende de ciertas variables: los intereses que tiene el periodista en relación a la construcción de su agenda, el interés de las fuentes y su relación con el periodista, el interés del medio de comunicación, en el que interviene la línea editorial, el prestigio, y la credibilidad y el proceso productivo.

Del interés del periodista, cuya agenda y relaciones se renuevan en el proceso de inclusión, exclusión y jerarquización de fuentes. Del interés de la fuente, cuya relación con el periodista y con el medio no es de carácter lineal y está marcada por el mutuo interés y por el riesgo del conflicto. Del medio de comunicación, cuya línea editorial, prestigio y credibilidad pueden lograr el acceso a determinadas fuentes o el alejamiento de otras. Del proceso productivo, a partir del cual los medios tienden a trabajar preferentemente con aquellas fuentes que les brindan materiales noticiosos ya acabados y que no precisan de la reelaboración del periodista. (Rivas, 2013:3)

### **3.12 El Comercio: breve reseña histórica**

En 1905, César y Carlos Mantilla Jácome, Celiano Monge y Alejandro Mats, instalan las oficinas de diario El Comercio en la calle Escribanos, a pocos metros de la Plaza Grande, en pleno Centro Histórico. El primer ejemplar circuló el primero de enero de 1906. La estructura del periódico estaba

compuesta por cuatro páginas formato estándar. El tiraje inicial fue de 500 ejemplares. Su fin era el de apoyar las actividades comerciales, sin dejar de lado el tema político. Se incluyó una sección de crónica, un suplemento con una revista teatral y un folletín titulado Primicias de la Cultura de Quito. Para el 2013, El Comercio circula con un tiraje aproximado de 52 mil ejemplares diarios, de lunes a viernes. Está compuesto por tres cuadernos con un total de 30 páginas.

Diario El Comercio nació en un contexto histórico de mucha agitación social y política. En el mismo año en el que se fundó, se abrieron el Banco Pichincha y la Cámara de Comercio. El general Eloy Alfaro volvió al poder y proclamó la Constitución de 1906, que institucionalizó las reformas de la revolución liberal de 1895. La economía del país se sustentaba en la exportación del cacao. Los hermanos Mantilla Jácome, a más de la nascente empresa periodística, eran propietarios de la urbanización Colón al norte de la ciudad, un taller tipográfico, varios hoteles y el Teatro Bolívar.

En 1924, este diario inauguró el edificio ubicado entre las calles Chile y Pichincha. En la década de los treinta, inició la diversificación de productos, es así que en 1938 aparece el vespertino Últimas Noticias. En 1940, con el boom de la radio, se inaugura Radio Quito. En 1949, las instalaciones donde funcionaba la radio y el periódico fueron incendiados, tras el conocido incidente de la transmisión radial de la novela ‘La guerra de los mundos’. Para 1952, la empresa se convierte en la Compañía Anónima El Comercio. En 1970, se lanza la revista Carburando y en 1985 la revista Familia. En 1996, aparece radio Platinum y la versión electrónica de El Comercio. En 1997, se lanza el semanario económico Líderes. En la actualidad, diario El Comercio es el único periódico nacional que forma parte del Grupo de Diarios de América (GDA) y del Color Quality Club.

**Misión.** Contribuir diariamente al desarrollo de un Ecuador libre, democrático y solidario, mediante contenidos de valor para las distintas audiencias y soluciones de comunicación para los anunciantes. **Visión.** Ser la mejor empresa de medios de comunicación del país, focalizada siempre en: el desarrollo de proyectos periodísticos de calidad, propuestas innovadoras para los anunciantes, proactividad frente a los cambios de la industria, ser una empresa rentable y en continuo crecimiento, brindar oportunidades de desarrollo a su gente. **Valores.** Independencia: un medio se debe, sin atenuantes, a sus lectores. Integridad: ética y responsabilidad en su trabajo periodístico y en todas las actividades. Innovación: indispensable para atender las cambiantes necesidades de audiencias y anunciantes. Calidad: en productos y servicios al cliente y en la relación con nuestra gente.



### **3.12.1 Estructura de la redacción**

Desde el 2012, la redacción de diario El Comercio funciona bajo una nueva estructura. Para los intereses de esta investigación, es importante conocer este aspecto del diario porque como se ha visto la producción de noticias no solo responde al trabajo del periodista, sino también a los lineamientos del medio en el que trabaja. Es así que, según el Manual de Funciones de la Redacción Multimedia de Grupo El Comercio la redacción está conformada por: a) Una Mesa Central integrada por el editor general, dos macro editores, el director gráfico multimedia y el editor digital. Una de las funciones relacionadas con el contenido del periódico que está a cargo de la Mesa Central es el manejar la agenda electrónica global de todas las marcas y plataformas de la empresa, así como la de establecer la agenda de trabajo de las editorías de investigación y de crónica. b) Mesas de Contenido que agrupan a los periodistas de acuerdo a la fuente que cubren. Dentro de la Mesas de Contenido están: Vida Pública, que incluye a las secciones de Política, Seguridad, Ecuador, Economía y Mundo, Quito, que cubre los contenidos de la ciudad. Vida Privada, que agrupa a las secciones de Sociedad, Cultura, Espectáculos y revistas y la mesa de Deportes. A más de los reporteros, las mesas están integradas por los editores temáticos y los editores de producto.

Los editores temáticos son responsables de los contenidos que se generan en cada producto del medio. La mesa de Vida Pública está integrada por: editor temático de Política, editor temático de Ecuador, editor temático de Mundo, editor temático de Economía y el editor temático de Investigación. La mesa de Vida Privada está integrada por: editor temático de Sociedad, editor temático de Espectáculo y Entretenimiento, editor temático de Cultura y el editor temático de Crónica. Además a ellos se suman el editor temático de Quito y el editor temático de Deportes.

Dentro del Grupo El Comercio hay cinco editores de productos, que están distribuidos en: mesa de contenidos de Quito: editor de (Últimas Noticias). Mesa de contenidos de Vida Pública: (editor del producto El Comercio y el editor del semanario Líderes). En la mesa de contenidos de Vida Privada: el editor del producto Revistas y el editor de Suplementos Editoriales. Dos de las funciones más importantes de estos editores son las del seguimiento de las coberturas, para realizar ajustes y cambios, y además ser responsables de la agenda de contenidos de sus secciones.

Finalmente, dentro de esta estructura piramidal y jerárquica de la redacción de diario El Comercio, y que incumben a los intereses de esta investigación, están los periodistas, que en este medio impreso toman el nombre de periodistas multimedia. Los reporteros son los que descubren y producen los contenidos de la agenda multimedia dentro de sus funciones están: participar en la

planificación multimedia con ideas y propuestas de temas, investigar a profundidad los acontecimientos y contrastar la información recibida por sus fuentes.

En la actual estructura de la redacción de diario El Comercio, la sección de Sociedad es parte de la mesa de Vida Privada. Está conformada por un editor, una coordinadora y un total de siete periodistas que cubren las siguientes fuentes: educación (en todos los niveles y entidades), salud pública y preventiva, ambiente, nutrición y grupos vulnerables (niños, jóvenes, tercera edad y comunidad GLBTI).

### **3.13 El Quiteño**

El Quiteño es un medio de comunicación impresa distribuido de forma gratuita por parte del Municipio de Quito. El primer número salió el 15 de septiembre del 2010, con un tiraje de 20 mil ejemplares. Este semanario, que se publicaba los días miércoles, estaba compuesto de 12 páginas formato tabloide. Según la actual editora general, Paulina Aulestia, este medio impreso nació con el objetivo de informar a la gente sobre las actividades culturales y sociales de la ciudad. Además buscaba ser un espacio en el que las personas se puedan expresar a través de los ejemplares.

En una entrevista al alcalde Augusto Barrera, publicada en el primer número de este periódico, el burgomaestre señala que espera que este sea un medio informativo útil, que fomente valores de civismo, ayude a construir un sentido de corresponsabilidad en la comunidad, que sea crítico, objetivo, que aborde con veracidad los complejos problemas de la ciudad y que permita oír las voces silenciosas de Quito. Comenta que la crítica bien intencionada y constructiva siempre será bienvenida porque está convencido que parte de la filosofía de su administración es el diálogo y la participación. Al final de la entrevista señala que la ciudad tiene una gran cantidad de información y hay muchas cosas que las personas no saben. La vida en la ciudad parecería que es automática –dice él- pero es muy compleja, supone un aprendizaje como ciudadano. Para el alcalde, el periódico de la ciudad debería tener una gran carga pedagógica, de aprender y enseñar a ser ciudadanos.

Con el tiempo el periódico se volvió institucional. Paulina Aulestia señala que en la actualidad El Quiteño es un medio público oficial. Este cambio se dio porque vieron la necesidad de difundir las actividades que no necesariamente tienen que ver con el quehacer artístico y cultural sino también que el espacio sirva para que la gente conozca la obra que hace el Municipio. La Ley Orgánica de Comunicación, en su artículo 83, indica que: Las Funciones del Estado y los gobiernos autónomos descentralizados están facultados a crear medios de comunicación públicos de carácter oficial, los cuales tienen como objetivo principal difundir la posición oficial de la entidad pública que los crea

en relación a los asuntos de su competencia y los de interés general de la ciudadanía, cumpliendo con las responsabilidades comunes a todos los medios de comunicación establecidos en el artículo 71 de esta ley. Los medios oficiales se financiarán exclusivamente con presupuesto de la función o del gobierno autónomo descentralizado que los crea y los ingresos provenientes de la venta de publicidad a instituciones del sector público.

El actual tiraje de El Quiteño es de 100 mil ejemplares semanales distribuidos de la siguiente forma: 40 mil los martes, 40 mil los jueves y 20 mil los domingos. En cuanto a la división de contenido, tiene secciones fijas como actualidad, cultura, obra pública, ocio, caricatura y una sección editorial en la que participan personajes de la ciudad. Así mismo, mantienen secciones que las incorporan de acuerdo a la coyuntura y estas son: sociedad, turismo, tu barrio, epicentro, servicio, deportes, seguridad y fotorreportajes. El ámbito de distribución del Quiteño son fundamentalmente, las calles con mayor afluencia de personas, instituciones públicas, sobre todo, las relacionadas con el Municipio y los corredores de transporte público.

El organigrama de El Quiteño está integrado de una forma jerárquica en cuya cabeza está el Alcalde, luego está la Secretaría de Comunicación del Municipio y por último está la redacción del periódico, integrada por una editora general, tres periodistas, un fotógrafo y un diseñador.

En relación a la agenda temática de El Quiteño está se construye en base a tres actores: la Secretaría de Comunicación del Municipio, la editora con su grupo de periodistas y la comunidad. En relación a los temas propuestos por la gente, Aulestia menciona que las personas se acercan directamente a las oficinas del periódico y proponen temas que, en la mayoría de ocasiones, están relacionados con las actividades que han llevado a cabo para mejorar su entorno, como la construcción de parques, centros de salud o guarderías. Para la editora de El Quiteño, esto permite que la gente construya sus propias formas de comunicación. En este caso, los periodistas se encargan de ir al lugar donde se generó la información y conversar con las fuentes. Este periódico, por ser un medio de comunicación público oficial, centra el grueso de su agenda en los trabajos que el Municipio realiza.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ANÁLISIS DE LAS NOTICIAS SOBRE LA MARCHA DE LAS PUTAS**

#### **4.1 Introducción**

La regeneración de la Plaza El Quinde en el 2004 propició la apertura de un nuevo espacio de reunión en la ciudad. Como se mencionó en el segundo capítulo de esta investigación, el surgimiento de otra centralidad permitió la convergencia de diversos actores. La forma en que estos se han apropiado de la plaza está permeada por intereses particulares y colectivos. Durante nueve años, el comercio, el entretenimiento, las actividades sociales y culturales han formado parte de las actividades cotidianas que se celebran en este lugar.

Las marchas organizadas por grupos minoritarios y vulnerables han encontrado en el barrio La Mariscal un escenario propicio para su desarrollo. Marchas en defensa de los derechos de niños, mujeres, discapacitados, ancianos y del grupo GLBTI se han convertido en acontecimientos periódicos dentro de este espacio. Estas actividades tienen como destino final la Plaza El Quinde. Desde el 2012, a estas actividades colectivas se sumó la Marcha de las Putas, un evento promovido por el colectivo del mismo nombre.

En este capítulo se analizará cómo los periódicos El Quiteño y El Comercio construyeron las noticias que se publicaron el día posterior a esta marcha, que partió desde el Arco del Triunfo, en la avenida Patria, y que luego de recorrer las principales arterias de la ciudad terminó en la Plaza El Quinde. Este acontecimiento noticioso ocupó un espacio significativo en las publicaciones impresas y digitales de varios medios de comunicación masiva de la ciudad. La cobertura de esta noticia es un ejemplo de cómo en los últimos años los grupos vulnerables han ganado notoriedad frente a la opinión pública. Un hecho que ha tenido impacto en la construcción de la agenda de los medios.

#### **4.2 Objetivos de la investigación**

Los objetivos de esta investigación están enfocados en: conocer qué estrategias discursivas que utilizaron los periodistas de El Quiteño y El Comercio en relación a la noticia de la Marcha de las Putas. El segundo es visibilizar las diferencias en el tratamiento de la noticia que cada uno de los reporteros efectuó respecto a este acontecimiento en cuanto a estrategias de inicio, desarrollo, cierre,

fondo y superficie, así como el tipo de fuentes que utilizaron. Y el tercer objetivo es saber la referencia que hacen los periodistas en cuanto al contexto de la noticia: lugares y actores.

### **4.3 Metodología**

Para realizar esta investigación, en la parte metodológica se aplicaran las categorías propuestas por el teórico Daniel Prieto, en relación al análisis de mensajes dentro de un discurso. A través de matrices se analizarán las estrategias y recursos expresivos que los periodistas utilizaron para la redacción de las noticias sobre la Marcha de Las Putas. Como menciona Prieto, cada acto discursivo tiene una determinada selección y combinación de términos que le dan un significado específico a la información que se envía a través de un mensaje. Dentro de este análisis, también se utilizarán las categorías sobre el estilo periodístico desde la visión de Álex Grijelmo y el uso de las fuentes propuestas por Ryszard Kapuscinski.

### **4.4 Matrices**

La catedrática e investigadora Gabriela Ruiz Agila, en su tesis de licenciatura titulada Análisis de las noticias que generó la incursión del Ejército Colombiano en Ecuador publicadas en el periódico La Crónica entre el 2 al 8 de marzo del 2008, elaboró dos matrices que con ciertas adecuaciones resultan propicias para el análisis del discurso periodístico en los medios impresos. Por su practicidad y coherencia metodológica serán empleadas en el análisis de esta investigación. A continuación, se describe el formato que Ruiz utilizó para dichas matrices.

Las noticias analizadas tendrán una numeración específica. Cada una de ellas llevará los siguientes datos: nombre del periódico, nombre del periodista que redactó la nota, sección, fecha. Posteriormente, se anotará el titular, sumario, lead, destacados, pie de foto y nombre del autor de la fotografía. En la matriz 1, se analizará:

1. Las rutinas de elaboración de la noticia periodista-medio informativo: normas relacionadas con el empleo de a) Lenguaje y estilo: exactitud, brevedad, sorpresa, claridad, amenidad; b) Identificación de fuentes: observación directa, la gente, los documentos; c) Ubicación del contexto: actores y escenario.
2. Ritmo de la Noticia. a) Estrategia discursiva: pirámide invertida, cronológica, igual valor y combinación de estructura; b) Entrada o lead: compendio, directo, circunstancial, declaración, descriptivo, suspenso, tabulada, sensacional.
3. Valores Noticiosos, que se refieren a: a) Características de la noticia: información detallada sobre el hecho de actualidad, antecedentes y

consecuencias del hecho de actualidad y comparación de casos similares que han ocurrido en ocasiones anteriores.

La Matriz 2, según lo explica en su tesis Ruiz, analiza las estrategias discursivas en los mensajes determinados a través de dos preguntas fundamentales a) ¿Qué hace? Este cuestionamiento busca referirse al formato periodístico que utiliza el mensaje, b) ¿Cómo lo hace? Pregunta esencial para saber qué recursos narrativos se emplean en el inicio, desarrollo y cierre de la noticia. Además, esto permite pasar a la clasificación de las estrategias de fondo y superficie del mensaje. En la parte final de la matriz se analizará, el uso del discurso, que puede ser persuasivo (destinatario), informativo (tema), expresivo (emisor) o lúdico (mensaje). Señalar las estrategias discursivas es el paso previo para pasar a la descripción en el recuadro de la observación. Los resultados de las matrices se relacionaran con los que se elaborarán para el apartado de las conclusiones.

Las estrategias discursivas están enumeradas con el fin de señalarlas brevemente y pasar a su descripción en el recuadro de la observación. Finalmente, los resultados de las matrices podrán relacionarse en un análisis comparativo que reúna los resultados más sobresalientes y que más tarde, serán el insumo de las conclusiones.

| Muestra #1       |  |                     |  |                     |                       |                           |                |                    |                                 |  |
|------------------|--|---------------------|--|---------------------|-----------------------|---------------------------|----------------|--------------------|---------------------------------|--|
| Normas           |  |                     |  | Ritmo de la noticia |                       |                           |                | Valores noticiosos |                                 |  |
| Lenguaje /Estilo |  | Fuentes             |  | Contexto            | Estrategia discursiva |                           | Entrada o Lead |                    | Características de la noticia   |  |
| Exactitud        |  | Gente               |  | Actores:            | Pirámide Invertida    |                           | Compendio      |                    | Información detallada           |  |
|                  |  |                     |  |                     |                       | Directo                   |                |                    |                                 |  |
| Brevedad         |  | Documentos          |  |                     | Cronológica           |                           | Circunstancial |                    | Antecedentes y consecuencias    |  |
|                  |  |                     |  |                     |                       | Declaración               |                |                    |                                 |  |
| Claridad         |  | Mundo que nos rodea |  | Escenario:          | Igual valor           |                           | Descriptivo    |                    | Comparación con casos similares |  |
| Amenidad         |  |                     |  |                     |                       |                           | Suspense       |                    |                                 |  |
|                  |  |                     |  |                     |                       | Combinación de estructura |                | Tabulada           |                                 |  |
|                  |  |                     |  |                     |                       |                           | Sensacional    |                    |                                 |  |

Fuente: Gabriela Ruiz Agila/Gabriel Flores Flores

|                                   | Qué hace (Formato Periodístico)   |  |                   | Cómo lo hace (Recursos narrativos)   |  | Observación  |
|-----------------------------------|-----------------------------------|--|-------------------|--------------------------------------|--|--|
| Inicio                            | 1.Compendio                       |  | 6.Suspense        | 9.Puesta en escena                   |  | Estrategia # (poner los números de las estrategias usadas) |
|                                   | 2.Llamado Directo                 |  | 7.Tabulada        | 10.Al corazón del asunto             |  |  |
|                                   | 3.Circunstancial                  |  | 8.Sensacionalista | 11.Personalización                   |  |  |
|                                   | 4.Declaración O Cita              |  |                   | 12.Despersonalización                |  |  |
|                                   | 5.Descriptiva                     |  |                   | 13.Incógnita                         |  |  |
| Desarrollo                        | 14.Cronológico                    |  |                   | 20.Lineal                            |  | Estrategia #   |
|                                   | 15.Pirámide invertida             |  |                   | 21.Desarrollo Ascendente             |  |  |
|                                   | 16.Combinación de estructura      |  |                   | 22.Desarrollo Ascendente-Descendente |  |  |
|                                   | 17.Igual valor e importancia      |  |                   | 23.Desarrollo Redundante             |  |  |
| Cierre                            | 18. Conclusión/Resumen            |  |                   | 24.Previsible                        |  | Estrategia #   |
|                                   | 19. Sin conclusión                |  |                   | 25.Imprevisible                      |  |  |
| ESTRATEGIAS DE FONDO Y SUPERFICIE |                                   |  |                   |                                      |  |  |
| Fondo                             | 26.Lo manifiesto/Lo latente:      |  |                   | 30.Oposición:                        |  | Estrategia #   |
|                                   | 27.Lo dicho/ Lo no dicho:         |  |                   | 31.Armonía:                          |  |  |
|                                   | 28.Referencialidad:               |  |                   | 32.Predicaciones:                    |  |  |
|                                   | 29.Tipificaciones:                |  |                   |                                      |  |  |
| Superficie                        | 33.Universalización               |  |                   | 39.Comparación                       |  | Estrategia #   |
|                                   | 34.Generalización:                |  |                   | 40.Metáfora:                         |  |  |
|                                   | 35.Sentido de oportunidad:        |  |                   | 41.Sinécdoque:                       |  |  |
|                                   | 36.Inferencia inmediata:          |  |                   | 42.Hipérbole:                        |  |  |
|                                   | 37.Personalización                |  |                   | 43.Redundancia                       |  |  |
|                                   | 38.Despersonalización             |  |                   | 44.Tópicos                           |  |  |
| Uso del discurso                  | 45.Persuasivo (destinatario)      |  |                   | 47.Expresivo (emisor)                |  | Estrategia #   |
|                                   | 46.Informativo explicativo (tema) |  |                   | 48.Lúdico (mensaje)                  |  |  |



|                             |             |                                  |            |
|-----------------------------|-------------|----------------------------------|------------|
| Nota 1: Marcha de las putas |             |                                  |            |
| Periódico:                  | El Comercio | Lugar: Quito, Pichincha, Ecuador | Página: 22 |
| Sección:                    | Sociedad    | Fecha: Lunes, 22 de abril        | Año: 2013  |

## Nota 1

**Nombre del periódico:** El Comercio

**Nombre del periodista:** Alejandro Ribadeneira. Editor

**Sección:** Sociedad

**Fecha de publicación:** 21 de abril del 2013

**Titular:** El aguacero fue el rival de la marcha por la tolerancia

**Sumario:** La Marcha de las Putas en contra de la violencia de género se realizó en La Mariscal, pero sin reunir la gente que hubo el año anterior.

**Lead:** Nathaly Rueda estaba empapada. ¡Hecho sopa! Desde el arco del parque El Ejido había comandado a la Marcha de las Putas hasta la plaza Foch, bajo un implacable aguacero. No la protegía un paraguas ni tampoco vestía chompa. En términos futbolísticos, lo dejó todo en esas 12 cuadras del centro norte de Quito, donde gritó junto a sus compañeros: "¡No es no!, ¿qué parte no entendiste, la ene o la o?". Lástima que el cotejo, para seguir con la metáfora del balompié, se jugó entre panas.

**Texto:** Rueda tiene 17 años, brackets azules e invirtió un año entero en la organización de la marcha. Fue de las colaboradoras que, con disciplina militancia y derroche de fe, acudía al Centro de Arte Contemporáneo cada fin de semana para discutir, aportar, compartir y ensanchar su esperanza en un mundo sin agresiones. El sábado por la tarde, asumió la misión de ser la guía de la marcha, convocada por segundo año consecutivo para protestar en contra de la discriminación de género y de la violencia que sufren las mujeres. Fue un recorrido en contra de los machistas, los "babosos", los golpeadores, los misóginos y los violadores. Pero el rival más fuerte, en esta ocasión, fue el clima, el cual no permitió juntar la misma cantidad de gente que hubo en el 2012.

A los eventos públicos se los evalúa, entre otros aspectos, por su convocatoria. En la plaza Foch, donde al término de la marcha se cumplió un festival cultural, había espacio para moverse con mucha libertad, casi como en el Atahualpa cuando juega la Católica. Esta refrenada convocatoria fue un alivio para Alejandra Montenegro, la administradora de La Mariscal, quien, previendo galería llena, había coordinado un gran operativo que involucró a 120 personas de las policías Nacional y

Metropolitana, bomberos, Cruz Roja y funcionarios municipales, entre otros. Las cámaras de vigilancia, los oportunos cercos viales y la restricción de alcohol completaron un circuito impecable que terminó siendo demasiado grande. La lluvia, y quizás Alejandro Sanz, que cantaba más allá, en el Rumiñahui, ayudaron a esto. Tampoco fueron efectivas las giras por determinados medios de comunicación ni la campaña en las redes sociales (4 673 'me gusta' hubo en la página oficial de Facebook). Quizás no somos Túnez. La baja asistencia y la tempestad no desanimaron a Nathaly Rueda. Todo lo contrario.

Desde el inicio, fue la voz cantante de la peregrinación. Ella detenía a los marchantes cuando iban muy deprisa. "Júntense más". O bien los obligaba a ir más rápido, cuando el policía con quien coordinaba el desplazamiento le pedía apurar el paso en determinada esquina. Rueda cantaba. Animaba. Aplaudía. Detrás caminaron artistas que hacían performance, percusionistas, malabaristas y simpatizantes con letreros de este estilo: "Mi vagina, mis reglas", "No me silbes que no soy perro", "A Eva le sobran razones para morder la manzana". También había músicos que animaban la caminata con, entre otras melodías, El africano, de Wilfrido Vargas (cuya letra no es precisamente un himno feminista). Y no faltó la infaltable -y adaptable- proclama "Alerta, alerta que caminan / las putas por América Latina". En el recorrido, activistas repartían folletines con información de sus organizaciones. Otros, los de Copprende, distribuían preservativos made in Tailandia y teléfonos para despejar dudas sobre la píldora de emergencia para embarazos. Algunos repartían camisetas de la firma Maqueño diseñadas para la ocasión.

Estudiantes de universidades y periodistas abordaban a los manifestantes para entrevistarlos. A todos ellos, Nathaly Rueda, una estudiante de La Inmaculada convencida de que luchar por la tolerancia es una causa justa, los llevó sanos y salvos, a la Foch. La velada terminó con presentaciones musicales, lecturas de manifiestos y proclamas. La extraña sensación de que el público no era el que esperaba ver en la plaza del norte de Quito, arrancó un leve gesto de molestia en Nathaly Rueda. Pero también le hizo lanzar una promesa: trabajar más duro para llenar la Foch en el 2014.

**Destacados:** 1. La Marcha de las Putas comenzó en Canadá, cuando el policía Michael Sanguinetti dio una conferencia en la Facultad de Derecho de Osgoode Hall (Toronto), acerca de la prevención de la violencia sexual. Los asistentes protestaron cuando señaló: "Las mujeres deberían dejar de vestirse como putas para evitar violaciones". 2. Según datos de colectivos feministas, seis de cada 10 mujeres sufren algún tipo de maltrato en el Ecuador.

**Pie de foto:** **1.** Desde El Ejido. La marcha realizada este fin de semana salió del parque hasta la Plaza Foch. **2.** Convocatoria. Activistas, artistas y simpatizantes de la marcha caminaron por las calles del centro norte del Distrito.

**Nombre del fotógrafo:** Galo Paguay.

| Nota 1. El aguacero fue el rival de la marcha por la tolerancia. El Comercio, Lunes, 22 de abril de 2013. |   |                     |   |  |                           |         |                |             |                               |  |  |  |  |
|---|---|---------------------|---|--|---------------------------|---------|----------------|-------------|-------------------------------|--|--|--|--|
| Normas  |   |                     |   |  | Ritmo de la noticia       |         |                |             | Valores noticiosos            |  |  |  |  |
| Lenguaje /Estilo  |   | Fuentes             |   | Contexto   | Estrategia discursiva     |         | Entrada o Lead |             | Características de la noticia |  |  |  |  |
| Exactitud   |   | Gente               |   | Actores:<br>Nathaly Rueda,<br>Alejandra Montenegro | Pirámide Invertida        |         | Compendio      |             | Información detallada         |  |  |  |  |
|   |   |                     |   |  |                           | Directo |                |             |                               |  |  |  |  |
| Brevedad  |   | Documentos          |   |  | Cronológica               | x       | Circunstancial |             | Antecedentes y consecuencias  |  |  |  |  |
|   |   |                     |   |  |                           |         | Declaración    |             |                               |  |  |  |  |
| Claridad  |   | Mundo que nos rodea | x | Escenario:<br>Barrio La Mariscal                   | Igual valor               |         | Descriptivo    | x           | Comparación casos anteriores  |  |  |  |  |
|   |   |                     |   |  |                           |         |                | Suspenso    |                               |  |  |  |  |
| Amenidad  | x |                     |   |  | Combinación de estructura |         | Tabulada       |             |                               |  |  |  |  |
|   |   |                     |   |  |                           |         |                | Sensacional |                               |  |  |  |  |

Fuente: Gabriela Ruiz Agila/Gabriel Flores Flores

|                                   | Qué hace (Formato Periodístico)   |   | Cómo lo hace (Recursos narrativos) |                                      | Observación          |                      |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---|------------------------------------|--------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Inicio                            | 1.Compendio                       |   | 6.Suspenso                         |                                      | Estrategia # 5 y 11  |                      |
|                                   | 2.Llamado Directo                 |   | 7.Tabulada                         |                                      |                      |                      |
|                                   | 3.Circunstancial                  |   | 8.Sensacionalista                  | x                                    |                      |                      |
|                                   | 4.Declaración O Cita              |   |                                    |                                      |                      |                      |
|                                   | 5.Descriptiva                     | x |                                    |                                      |                      |                      |
| Desarrollo                        | 14.Cronológico                    |   | x                                  | 20.Lineal                            | Estrategia # 14 y 22 |                      |
|                                   | 15.Pirámide invertida             |   |                                    | 21.Desarrollo Ascendente             |                      |                      |
|                                   | 16.Combinación de estructura      |   |                                    | 22.Desarrollo Ascendente-Descendente |                      | x                    |
|                                   | 17.Igual valor e importancia      |   |                                    | 23.Desarrollo Redundante             |                      |                      |
| Cierre                            | 18. Conclusión/Resumen            |   | x                                  | 24.Previsible                        | Estrategia # 18 y 24 |                      |
|                                   | 19. Sin conclusión                |   |                                    | 25.Imprevisible                      |                      |                      |
| ESTRATEGIAS DE FONDO Y SUPERFICIE |                                   |   |                                    |                                      |                      |                      |
| Fondo                             | 26.Lo manifiesto/Lo latente:      |   |                                    | 30.Oposición:                        | Estrategia # 28      |                      |
|                                   | 27.Lo dicho/ Lo no dicho:         |   |                                    | 31.Armonía:                          |                      |                      |
|                                   | 28.Referencialidad: bajo          |   | x                                  | 32.Predicaciones:                    |                      |                      |
|                                   | 29.Tipificaciones:                |   |                                    |                                      |                      |                      |
| Superficie                        | 33.Universalización               |   |                                    | 39.Comparación                       | x                    | Estrategia # 39 40   |
|                                   | 34.Generalización:                |   |                                    | 40.Metáfora:                         | x                    |                      |
|                                   | 35.Sentido de oportunidad:        |   |                                    | 41.Sinécdoque:                       |                      |                      |
|                                   | 36.Inferencia inmediata:          |   |                                    | 42.Hipérbole:                        |                      |                      |
|                                   | 37.Personalización                |   |                                    | 43.Redundancia                       |                      |                      |
|                                   | 38.Despersonalización             |   |                                    | 44.Tópicos                           |                      |                      |
| Uso del discurso                  | 45.Persuasivo (destinatario)      |   | x                                  | 47.Expresivo (emisor)                | x                    | Estrategia # 45 y 47 |
|                                   | 46.Informativo explicativo (tema) |   |                                    | 48.Lúdico (mensaje)                  |                      |                      |

Fuente: Gabriela Ruiz Agila

## **Análisis**

Esta noticia inicia con una entrada o lead de carácter descriptivo. Presenta detalles y características de Nathaly Rueda, una de las activistas de la Marcha de las Putas: empapada, sin paraguas, sin chompa, gritando en contra de la discriminación de la mujer y comandando la marcha. De esta forma el periodista delinea el comportamiento de la protagonista de la noticia. Imprime el dramatismo propio de esta entrada al utilizar expresiones como ¡Hecho sopa! En cuanto al recurso estilístico, se usó la metáfora: “lo dejó todo en esas 12 cuadras del centro norte de Quito, donde gritó junto a sus compañeros”, para hacer referencia al accionar de la protagonista. Queda claro que la estrategia de inicio que se utilizó fue la personalización, ya que desde el principio de la nota se puso el peso de la información en un solo personaje.

En cuanto al cuerpo de la noticia, tiene un carácter cronológico que inicia situando a Nathaly Rueda y los demás participantes de la marcha en el Arco del Triunfo. En el cuerpo de la noticia, se describe como los participantes caminaron por las calles del barrio La Mariscal y en el clímax se sitúa a los personajes en la Plaza El Quinde donde participaron de un concierto y actividades culturales. El desarrollo de la noticia es ascendente, centra toda la información en un único asunto y conflicto que en este caso no es ni la protagonista, ni la marcha, sino el tema de la lluvia que cayó en la ciudad durante esa tarde.

En relación al cierre, el periodista concluye su texto dándole la voz a Rueda, al indicar que esta tenía la extraña sensación de que el público no era el que esperaba ver en la Plaza el Quinde. Así como señala que esto le arrancó un leve gesto de molestia al mismo tiempo que lanzó la promesa de trabajar duro para llenar la Foch en el 2014. Esta noticia tiene un cierre previsible, no se presenta ningún giro narrativo que cambie la historia o el accionar de los protagonistas.

La noticia tiene una baja referencialidad porque a pesar de que se tiene información y detalles de del personaje principal, los datos sobre lo que pasó en la marcha con el resto de los participantes es escasa. La noticia tiene un carácter predicativo porque a través de la estructura narrativa el periodista da atribuciones específicas a Nathaly Rueda.

Dentro de la noticia existen estrategias de comparación y metafóricas en los dos casos vinculados al ámbito deportivo específicamente al fútbol: “en la plaza Foch, donde al término de la marcha se cumplió un festival cultural, había espacio para moverse con mucha libertad, casi como en el

Atahualpa cuando juega la Católica”. El discurso planteado en esta nota cumple más un uso persuasivo, que informativo explicativo. Se centra más en las expresiones estilísticas que en el mensaje del acontecimiento. Con respecto al uso de las fuentes la única oficial es Alejandra Montenegro administradora de la Mariscal. No se usan documentos y se hace hincapié en el entorno climático en el que se desarrollo la marcha.

|                             |               |                                  |            |
|-----------------------------|---------------|----------------------------------|------------|
| Nota 2: Marcha de las Putas |               |                                  |            |
| Periódico:                  | El Quiteño    | Lugar: Quito, Pichincha, Ecuador | Página: 12 |
| Sección:                    | Contraportada | Fecha: Martes, 23 de abril       | Año: 2013  |

## Nota 2

**Nombre del periódico:** El Quiteño

**Nombre del periodista:** Camila Witt

**Sección:** Contraportada

**Fecha de publicación:** 23 de abril del 2013

**Titular:** Marcha de las Putas: “Si hay maltrato se acabó el trato”.

**Sumario:** Esta es una iniciativa de mujeres a nivel mundial. La marcha se celebra en Mar del Plata, Buenos Aires, Lima, Medellín, Cali, Rosario y en Cuenca.

**Lead:** Como es usual hoy en día, la concentración fue convocada por redes sociales. En Facebook la página de fans la Marcha de las Putas Ecuador, fue el espacio para invitar, debatir y convocar a participar en este acto de protesta que se realizó el sábado pasado, en un recorrido que inició en el Arco de El Ejido y terminó con un concierto en la Plaza Foch.

**Texto:** Esta fue la segunda edición de la ‘Marcha de las Putas’. La lluvia y el frío no impidieron que los grupos feministas, hombres, mujeres, niños y niñas, participen en este acto de protesta contra el abuso y la falta de respeto que sufren las mujeres en el espacio público y también dentro de casa, en el núcleo familiar. Para estas mujeres, empoderadas de sus derechos, el aguacero que cobijó la tarde quiteña era lo de menos. Intentaban cubrir sus carteles del agua, gritando constantemente sus consignas que reflejaban resistencia a un sistema que consideran patriarcal, abusivo, discriminatorio...

Y aunque la Marcha de las Putas es un espacio que intenta reivindicar el papel de la mujer en la sociedad y la obligación de respetar su cuerpo, sus decisiones, su forma de actuar, de pensar, de vestir, esta convocatoria también fue apoyada por movimientos GLBTI, por hombres y por otros grupos ciudadanos.

Ana contó que lo que se quiere conseguir con este tipo de expresiones es sentar un precedente de la no violencia contra la mujer. “Porque los cuerpos de las mujeres deben ser respetados; no se puede



seguir estigmatizándolas por su vestimenta. Nada puede justificar la violencia. Hacemos todo un trabajo político para la redefinición de la palabra “puta” y lo que significa para las mujeres y para los hombres también”, señaló.

Las organizadoras reconocen que esta es una manera de llamar la atención a las autoridades y a la sociedad, con el fin de romper el paradigma de la violencia y su aceptación como algo natural hacia la mujer. La marcha inició puntual. A las 17:00 salieron de El Ejido y gritando cosas como: “¡Que llueva, que llueva, las putas no se ahuevan!”.

Conversaban con las personas que no estaban al tanto de la marcha: “Si te escandaliza la palabra puta, ¿por qué no te escandaliza la violencia contra la mujer?” explicaba Josefa a una mujer de la tercera edad, quien decía que las “malas palabras no son una forma de generar respeto”. “Quiero reivindicarme como una mujer libre y que es dueña de sí misma”, mencionó Adriana Manzano, quien participó de la movilización. Ella comentó que desde que se enteró de la iniciativa el año pasado, se ha mantenido en contacto con los grupos feministas. Sabe que la estigmatización empieza cuando una chica usa minifalda y automáticamente se convierte en ‘puta’. Por eso, asegura que la frase “Todas somos Putas” es la que mejor describe el sentimiento de las mujeres.

“No importa cómo te vistas, cómo camines, cómo bailes, cómo hables, cómo veas el sexo, la maternidad, el trabajo, el hogar, siempre habrá un hombre o una mujer machista que te recuerde que lo que estás haciendo esta fuera de los códigos sociales aceptados para las mujeres”. José Luis, un joven de 29 años comentó que él es heterosexual, sin embargo tiene un hermano gay y tres hermanas y por su situación familiar acepta que esta sociedad está ‘configurada’ solo para que los hombres sean libres. “Salí a la marcha por segunda ocasión para decir basta a la violencia, basta a la estigmatización y lo seguiré haciendo todos los años”. Las mujeres se reunieron y marcharon con carteles, gritando consignas durante el trayecto que comenzó en El Ejido.

**Destacados: 1.** Las frases que más se repetía era: “¡No es no!” “¡Desnudas o vestidas dirigimos nuestras vidas!” “¡Mi cuerpo mi decisión!”.

**Pie de foto: 1.** Las mujeres se reunieron y marcharon con carteles, gritando consignas durante el trayecto que comenzó en El Ejido **2.** La marcha culminó en la Plaza Foch donde se levantó una tarima en la que se realizó un concierto alusivo al evento.

**Nombre del fotógrafo:** Sin nombre del autor.

Nota 2. Marcha de las Putas: “Si hay maltrato se acabó el trato”. 23 de abril 2013 El Quiteño

| Normas           |   |                     |  | Ritmo de la noticia                                       |                           |             |                | Valores noticiosos |                                 |  |   |  |
|------------------|---|---------------------|--|---|---------------------------|-------------|----------------|--------------------|---------------------------------|--|---|--|
| Lenguaje /Estilo |   | Fuentes             |  | Contexto  | Estrategia discursiva     |             | Entrada o Lead |                    | Características de la noticia   |  |   |  |
| Exactitud        |   | Gente               |  | Actores:<br>Organizadoras de la macha, Josefa, José Luis, | Pirámide Invertida        |             | Compendio      |                    | Información detallada           |  | x |  |
|                  |   |                     |  |   |                           | Directo     |                |                    |                                 |  |   |  |
| Brevedad         |   | Documentos          |  |   | Cronológica               |             | Circunstancial | x                  | Antecedentes y consecuencias    |  |   |  |
|                  |   |                     |  |   |                           | Declaración |                |                    |                                 |  |   |  |
| Claridad         | x | Mundo que nos redea |  | Escenario:<br>Barrio La Marsical                          | Igual valor               | x           | Descriptivo    |                    | Comparación con casos similares |  |   |  |
| Amenidad         |   |                     |  |   | Combinación de estructura |             | Suspenso       |                    |                                 |  |   |  |
|                  |   |                     |  |   |                           | Tabulada    |                |                    |                                 |  |   |  |
|                  |   |                     |  |   |                           | Sensacional |                |                    |                                 |  |   |  |

Fuente: Gabriela Ruiz Agila/Gabriel Flores Flores

|                                   | Qué hace (Formato Periodístico)   |   |                   | Cómo lo hace (Recursos narrativos) |                                      |   | Observación          |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---|-------------------|------------------------------------|--------------------------------------|---|----------------------|
| Inicio                            | 1.Compendio                       |   | 6.Suspenso        |                                    | 9.Puesta en escena                   |   | Estrategia # 3 y 12  |
|                                   | 2.Llamado Directo                 |   | 7.Tabulada        |                                    | 10.Al corazón del asunto             |   |                      |
|                                   | 3.Circunstancial                  | x | 8.Sensacionalista |                                    | 11.Personalización                   |   |                      |
|                                   | 4.Declaración O Cita              |   |                   |                                    | 12.Despersonalización                | x |                      |
|                                   | 5.Descriptiva                     |   |                   |                                    | 13.Incógita                          |   |                      |
| Desarrollo                        | 14.Cronológico                    |   |                   |                                    | 20.Lineal                            |   | Estrategia # 17 y 23 |
|                                   | 15.Pirámide invertida             |   |                   |                                    | 21.Desarrollo Ascendente             |   |                      |
|                                   | 16.Combinación de estructura      |   |                   |                                    | 22.Desarrollo Ascendente-Descendente |   |                      |
|                                   | 17.Igual valor e importancia      |   |                   | x                                  | 23.Desarrollo Redundante             | x |                      |
| Cierre                            | 18. Conclusión/Resumen            |   |                   |                                    | 24.Previsible                        | x | Estrategia # 19 y 24 |
|                                   | 19. Sin conclusión                |   |                   | x                                  | 25.Imprevisible                      |   |                      |
| ESTRATEGIAS DE FONDO Y SUPERFICIE |                                   |   |                   |                                    |                                      |   |                      |
| Fondo                             | 26.Lo manifiesto/Lo latente:      |   |                   |                                    | 30.Oposición:                        | x | Estrategia # 28 y 30 |
|                                   | 27.Lo dicho/ Lo no dicho:         |   |                   |                                    | 31.Armonía:                          |   |                      |
|                                   | 28.Referencialidad: alta          |   |                   | x                                  | 32.Predicaciones:                    |   |                      |
|                                   | 29.Tipificaciones:                |   |                   |                                    |                                      |   |                      |
| Superficie                        | 33.Universalización               |   |                   | x                                  | 39.Comparación                       |   | Estrategia # 33      |
|                                   | 34.Generalización:                |   |                   |                                    | 40.Metáfora:                         |   |                      |
|                                   | 35.Sentido de oportunidad:        |   |                   |                                    | 41.Sinécdoque:                       |   |                      |
|                                   | 36.Inferencia inmediata:          |   |                   |                                    | 42.Hipérbole:                        |   |                      |
|                                   | 37.Personalización                |   |                   |                                    | 43.Redundancia                       |   |                      |
|                                   | 38.Despersonalización             |   |                   |                                    | 44.Tópicos                           |   |                      |
| Uso del discurso                  | 45.Persuasivo (destinatario)      |   |                   |                                    | 47.Expresivo (emisor)                |   | Estrategia # 46 y 48 |
|                                   | 46.Informativo explicativo (tema) |   |                   | x                                  | 48.Lúdico (mensaje)                  | x |                      |

Fuente: Gabriela Ruiz Agila

## ANÁLISIS

Esta noticia tiene una entrada circunstancial porque hace hincapié en uno de los antecedentes de la Marcha de las Putas, que es la convocatoria que se formuló desde las redes sociales, específicamente Facebook, donde se indica que la gente fue partícipe de debates y de su adhesión a la marcha. Se utiliza la estrategia de despersonalización porque el discurso se centra más en las ideas de los personajes que en situaciones abstractas o los propios protagonistas de la noticia. Se da el mismo valor y la misma importancia en el conjunto de párrafos que componen la nota.

Tiene un carácter redundante. La noticia no se centra en un solo personaje, esto permite que la periodista regrese en cada párrafo al origen del acontecimiento, es decir, a la Marcha de las Putas, dejando de lado factores externos como el climático. En el primer párrafo se puede leer: “la lluvia y el frío no impidieron que los grupos feministas, hombres, mujeres, niños y niñas, participen en este acto de protesta contra el abuso y la falta de respeto que sufren las mujeres en el espacio público y también dentro de casa, en el núcleo familiar”. En cierre no tiene una conclusión porque el emisor termina con la siguiente frase: “las mujeres se reunieron y marcharon con carteles, gritando consignas durante el trayecto que comenzó en El Ejido”. Este es un cierre previsible que no provoca ningún giro inesperado para el lector.

La nota tiene alto nivel de referencialidad. Se coloca información de contexto y actualidad sobre el tema y se describe a varios de los protagonistas del acontecimiento. El cuerpo de la nota está caracterizado por el conflicto que existe en la vida de los personajes. Uno de esos ejemplos se redactó en las siguientes líneas: “José Luis, un joven de 29 años comentó que él es heterosexual, sin embargo tiene un hermano gay y tres hermanas y por su situación familiar acepta que esta sociedad está ‘configurada’ solo para que los hombres sean libres. Salí a la marcha por segunda ocasión para decir basta a la violencia, basta a la estigmatización y lo seguiré haciendo todos los años”. La universalización forma parte de las estrategias de superficie, cuando se utiliza en la nota palabras como mujeres, niños, hombres, que dentro desplegada tienen un sentido de generalización. No se especifica algún rasgo que los caracteriza a más del estar reunidos en la Marcha de las Putas. El discurso de esta noticia tiene un uso informativo explicativo y se centra en el mensaje de la temática que es la Marcha de las Putas. En cuanto al uso de las fuentes esta noticia no maneja fuentes oficiales ni documentos externos. Se enfoca en la información proporcionada por la gente que participó en la marcha. La descripción del entorno no juega un papel importante dentro de la información desplegada

## CAPITULO V

### 5. CONCLUSIONES

#### 5.1 Conclusiones por objetivos

Según la metodología aplicada para el análisis de las noticias sobre la Marcha de las Putas, las estrategias discursivas que utilizaron los periodistas de los diarios El Quiteño y El Comercio están influenciadas por dos factores: el estilo con el que cada redactor escribió la nota y la forma en la que los reporteros manejaron su agenda. En el primer caso la periodista de El Quiteño utilizó un lenguaje de carácter más informativo explicativo lo que derivó en el hecho de que la noticia tenga más datos y fuentes y los actores sean más visibles, mientras que en el caso del reportero de El Comercio el uso de un lenguaje persuasivo capturó de mejor forma al lector pero sin una ampliación más detallada del panorama noticioso.

A pesar de que El Quiteño es un medio público oficial y El Comercio es un medio privado generalista, los dos coinciden en brindar un amplio espacio para el desarrollo de la nota. Confirmando así, el hecho de que las marchas de las minorías o grupos vulnerables tienen un alto nivel de repercusión mediática. La diferencia radica en que en el medio público la nota analizada fue la única que publicaron, mientras que en el privado se hizo un seguimiento previo. Estos antecedentes influyeron en el hecho de que las estrategias escogidas derivaron en la escritura de noticias con estilo cronicado.

En cuanto a las diferencias en las estrategias discursivas, la nota de El Comercio pone énfasis en las estrategias de inicio y superficie, destacándose el uso de las metáforas y comparaciones. La publicación de El Quiteño da mayor hincapié a las estrategias de desarrollo y fondo. Los datos y testimonios son el eje de la redacción. Un factor para esta diferencia es el uso de las fuentes. El primero se decanta por el uso de fuentes relacionadas con el entorno mientras que el segundo utiliza a la gente como el eje de su información.

Del análisis también se desprende que el contexto noticioso de la Marcha de las Putas fue escrito tanto de forma condensada en El Quiteño y El Comercio. Para esto se utilizaron los apartados destinados al sumario y destacados. De igual forma los dos periodistas al hacer la descripción del

ambiente no aportan con mayor información sobre el contexto del lugar por el que circuló la marcha, en este caso el barrio Mariscal Sucre y la plaza El Quinde a la que denominan plaza Foch.

### **5.1.1 Conclusión General**

El análisis de las estrategias discursivas de las noticias de la Marcha de la Putas permitió comprobar que la redacción de esta información efectivamente estuvo permeada por factores externos al acto de la escritura. Que todo lo que dicho y lo no dicho por parte de los periodistas responde a reglas establecidas por los medios en los que trabajan. La construcción de la agenda está sujeta más que a intereses económicos o políticos dependiendo del carácter del medio, al grupo objetivo en el que está enfocado. Y también a la subjetividad de cada periodista. Nada es un acto desinteresado.

La primera lectura de estas noticias arrojó un criterio distinto que el que se obtuvo después del análisis de las estrategias discursivas. En primera instancia, la noticia publicada por diario El Comercio enganchó de mejor forma al investigador. Sin embargo, el estudio posterior evidencio que si bien la nota del diario El Quiteño carecía de un estilo propio era la que más información sobre la Marcha de las Putas aportaba. Si bien los medios de comunicación masivos tienen como meta tres objetivos: informar, educar y entretener, el primero es el más importante. Un texto periodístico con un color y ambiente bien trabajado en lo estilístico pero sin datos, es un texto que poco aportara para informar al lector y viceversa.

En la actualidad, el reto para el periodista está en que a pesar de las urgencias en las que se desenvuelve el oficio logre encontrar el equilibrio entre un texto que tenga datos, contextos fuentes, pero también que cree imagen, atmósfera y llene de color la información. Esa es la única forma en la que el periódico podrá seguir compitiendo con uno de sus más fuertes enemigos, la instantaneidad.

## 5.2 Recomendaciones

El análisis del discurso periodístico analizado a través de las estrategias discursivas propuestas por Daniel Prieto es una herramienta necesaria en la actual coyuntura periodística. Esta investigación podría ser un preámbulo para posteriores trabajos en los que se quiera comparar el manejo que los periodistas le dan a una información específica. Sería interesante saber si con el paso del tiempo los textos periodísticos escritos por reporteros de medios de comunicación oficial siguen priorizando el carácter informativo explicativo versus la estrategia de persuasión.

De igual forma me parece pertinente recomendar un seguimiento a la información que se publica de los grupos vulnerables en la ciudad. Las marchas son una actividad que llama la atención por el número de personas que puede convocar, pero desde hace algunos años, las minorías en el Ecuador vienen desarrollando un trabajo en ámbitos como la cultura, el arte y la ciencia que no han tenido la cobertura necesaria. Los periodistas que ejercen el oficio saben que encontrándole un eje adecuado a un acontecimiento este puede convertirse en noticioso.

Al analizar las estrategias discursivas de las noticias publicadas por El Quiteño y El Comercio sobre La Marcha de las Putas el investigador corroboró que dentro del oficio el periodista necesita de herramientas estilísticas que solo se logran pulir con el tiempo, pero también con una buena formación literaria. Si todos los periodistas utilizaron los contextos y la información adecuada lo único que los diferenciaría al momento de redactar una noticia sería su propio estilo. El que se logra solo con mucha escritura pero sobre todo con mucha lectura.

## BIBLIOGRAFÍA

1. CARRIÓN, Fernando (2012). *La plaza: ¿Un producto en vías de extinción? Memorias del seminario taller la plaza un lugar de encuentros*. Quito: Trama. 151 p.
2. CROWLEY, David; HEYER, Paul (1997). *La comunicación en la historia. Tecnología, cultura sociedad*. Madrid: Bosch. 462 p.
3. DÍAZ, Guido. (2012). *La plaza: La dimensión antropológica de la plaza andina Memorias del seminario taller la plaza un lugar de encuentros*. Quito: Trama. 151 p.
4. FEBRES CORDERO, Francisco (1998). *Historias de La Mariscal*. Quito: Edimpres. 71 p.
5. GARGUREVICH, Juan (1982). *Géneros periodísticos*. Quito: Quipus. 291 p.
6. GRIJELMO, Alex (2008). *El estilo del periodista*. Madrid: Santillana. 621 p.
7. LAZARFELD, Paul; MERTON, Michael (1977). *Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina. 310 p.
8. MORIN, Edgar (1969). *Por una sociología de la comunicación*. Barcelona: Paidós. 256 p.
9. ORTIZ, Alfonso (2012). *La Plaza Mayor de Quito: Memorias del seminario taller la plaza un lugar de encuentros*. Quito: Trama. 151 p.
10. RODRIGO Alsina, Miguel (1989). *La construcción de la noticia*. Madrid: Paidós. 207 p.
11. RUIZ Agila, Gabriela (2011). *Análisis de las noticias que generó la incursión del Ejército Colombiano en Ecuador publicadas en el periódico La Crónica entre el 2 al 8 de marzo del 2008*. Tesis (Licenciada en Comunicación Social) Quito. Universidad Central del Ecuador. Facultad de Comunicación Social. 160 p.
12. PEREIRA, Alberto (2002). *Semiolingüística y educomunicación*. Quito: Feducom. 264 p.
13. PONCE, Amparo (2012). *La Mariscal: Historia de un barrio moderno en Quito en el S.XX*. Quito: Instituto Metropolitano de Patrimonio. 207 p.
14. PRIETO, Daniel (2000). *Análisis de mensajes*. Quito: Quipus. 206 p.



15. RIVAS, Roque (2013). *Sin fuentes no existe periodismo*. Textos y Contextos. (14) Quito. 116 p.
16. SERRANO, Daniel (Mayo, 2009). *El barrio de la Mariscal Sucre*. El Comercio, sección Negocios.
17. SHAW, Donald (1979). *La agenda-setting*. Barcelona: Paidós. 237 p.
18. THOMPSON, John (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós. 356 p.
19. TORRICO, Erick (1997). *La tesis en comunicación*. La Paz: Artes Gráficas Latina. 226 p.
20. VALLEJO, René (Septiembre, 2008). *Quito: capitalidad y centralidades*. Revista Centro-h (2). Quito. 57 p.
21. VÁSQUEZ, Manuel (1980). *Historia y comunicación social*. Barcelona: Mondadori. 272 p.
22. *Manual de géneros periodísticos* / César Velásquez, Liliana Gutiérrez, Alberto Salcedo, Jesús Torres, Jairo Valderrama (2005). Bogotá: Temas Universitarios. 181 p.
23. WILLIAMS, Raymond (1992). *Historia de la comunicación: de la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Bosch. 279 p.
24. WOLF, Mauro (1987). *La investigación en la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós. 420 p.

## ÍNDICE DE ANEXOS

### **Anexo 1. Entrevista a Alejandro Ribadeneira. Editor de la sección Sociedad de Diario El Comercio.**

Entrevista a Alejandro Ribadeneira Editor de sociedad de diario El Comercio

¿Bajo qué parámetros se establece la agenda de los grupos vulnerables en el diario El Comercio?

El periódico siempre ha tenido un espacio por mínimo que sea para atender a los grupos que se denominan vulnerables. Esto no lo ha hecho de manera consciente. No hay en el diario una sección que se llame grupos vulnerables. De forma espontánea estos grupos han ejercido presión para la reivindicación de sus derechos. Han logrado que la opinión pública hable de ellos y tomen en cuenta sus agendas. Los medios de comunicación han abierto espacios para esas ideas. En El Comercio, este tema derivó a la sección sociedad, lo cual podría ser una arbitrariedad. Por qué el tema de la lucha por el matrimonio tiene que estar en esta sección. A lo mejor es un tema de la sección Quito o es un tema legal.

El tema de la violencia de la mujer puede ser un tema de la sección sociedad. Esto lleva a pensar que no siempre los compartimentos de los periódicos funcionan, es decir, política, economía, sociedad, entre otros. Y segundo que los medios de forma desorganizada han logrado ser permeables a esta sensibilidad y dar espacio. No se ha llegado a una organización de decir siempre vamos a tener temas de grupos vulnerables, sino que, cuando se ponen en escena en la agenda, los medios han entrado.

El caso emblemático para reflexionar es el de la niña Sathia, la hija de las dos mujeres lesbianas británicas. Ese caso se hizo notorio por ellas, por la acción de las mamás no porque los medios lo hubieran descubierto. Por ejemplo, el caso del equipo de lesbianas de la liga La Floresta. En ese caso ocurrió al revés, un medio fue el que le dio la bomba. De ahí se sumaron todos. De ahí ellas lograron construir una plataforma de comunicación. Una revista contó una historia chiquita y de ahí se sumó un gran medio como El Comercio. Con el diario se pasó al cable internacional.

¿Con qué periodicidad se cubre a esta fuente en el diario?

Como no hay una sección que se llame grupos vulnerables, la periodicidad queda sujeta a las coyunturas, a las grandes agendas que logran mantener estos grupos. Por ejemplo, la Unicef que defiende a los niños tiene el día de la lactancia. Esto te obliga por el día de la lactancia a tocar el

tema, te obliga entre comillas, te impone en la agenda. Hay marchas como la Marcha de las Putas en la que los medios van. Pero no es el periódico, sino que son agendas que son espontáneas y responden a organizaciones determinadas.

¿Cómo es la cobertura de esta fuente comparada con la de los demás actores sociales?

En El Comercio se cubre todo bajo los mismos parámetros: confrontación de datos, investigación a través de la información que proporcionan los actores, las autoridades y las cifras más actuales posibles. Todo el trabajo periodístico que se hace para cualquier sección se hace para cubrir estos temas. No hay una excepción con ningún tema. Hay una política en el periódico de evitar todo lo que sea denigrante, pero a veces se filtran cosas. Primero porque el lenguaje es demasiado rico, depende del uso particular de cada persona y también porque a veces vas muy rápido y eso te impide tener un filtro adecuado.

Pero en general, en los medios hay un gran esfuerzo. Y siempre corresponde por épocas, por ejemplo antes se usaba la palabra discapacitados, ahora se pone con discapacidad, hay ese matiz. Antes no se usaba la palabra prostitutas, se utilizó mucho el trabajadoras sexuales, término acuñado por sociólogos gente que trabaja con estos grupos muy específicos. Antes no se decía geys. Se ha impuesto la palabra geys incluso se ha españolizado como gays.

Los medios no siempre imponen las cosas sino que son depositarios de las reflexiones de los especialistas. Acogen generalmente. Temas muy específicos como los chiquitines o enanos para referirse a los niños. Ya no encuentras en ningún lado un texto que les diga a los niños enanos. Los chiquitines, los pelados, los niños todavía sigue y es más objeto de debate.

Dentro de la cobertura a los grupos vulnerables, ¿qué espacio tiene la comunidad GLBTI?

El papel de los colectivos ha crecido mucho. El primer diario que empezó a hablar de ellos fue el Hoy. El Hoy fue el primer diario en hablar de un montón de situaciones nuevas: sindicatos, colectivos de gays, ecologistas... Esos temas los empezó a tratar este diario. El Comercio lo hizo mucho después. En estos últimos cinco años las noticias sobre la comunidad GLBTI, las niñas y niños y las mujeres son las más fuertes. Estos temas son periódicamente tratados. Sobre todo ahora porque con este avance de derechos en todo lado se toca permanentemente estos temas.

¿Cuál es el eje que se le da a la cobertura de las noticias de estas fuentes?

Lo más fuerte que se ha incluido de ellos ha sido la lucha de sus derechos y se sus historias de

discriminación. Contar cómo han sido discriminados ha sido el gran grueso, el gran eje temático de este grupo. De ahí se ha abordado con menos espacio todo el tema legal, el matrimonio gay, las adopciones. Básicamente el tema de discriminación es el más fuerte. Historias de violencia que han sufrido, empleos que han perdido, de insultos que han recibido y no solo en la sección sino también en la sección espectáculos. El tema de los gays en la televisión, en el cine. Como no hay una sección que se llame comunidad GLBTI es un tema transversal que toca a todos.

¿Bajo qué parámetros se efectuó la cobertura de la Marcha de las Putas?

No se podía utilizar una palabra muy fuerte o una palabra que hiera a cierta gente porque El Comercio es un diario generalista, lo leen niños, lo leen adultos mayores que no están familiarizados con esas palabras. Uno se puede llamar como quiera pero en un diario generalista no es de buen gusto, que ciertas palabras en los titulares vayan tan marcadamente fuertes. En el texto está el nombre de la agrupación y de la marcha sin problemas pero en los títulos es muy fuerte. Hay que tomar en cuenta que ese día que salió sábado circula Pandilla. Hay que tener un cierto cuidado contra todos. En la Marcha de las Putas no debían haber ido niños, ni menores de edad. El periódico intenta ser lo más considerado con todo el mundo.

La cobertura tuvo dos partes: una previa que tuvo la explicación de todos sus principios, declaraciones, intenciones y otra que ya midió un impacto real en todo el público. Que se relacionó al hecho de cómo les fue en el desfile. Esos fueron los objetivos de las notas. Los actores de estas marchas. No escribimos para que a ellos les guste no. Es un punto de vista particular por eso va la nota firmada. Es una descripción de hechos, como en los partidos de fútbol.

## **Anexo 2. Testimonio de Edwin Hidalgo ex morador del barrio La Mariscal**

Testimonio de Edwin Hidalgo (el lobo), morador del barrio La Mariscal, en sus inicios.

“En el Quito de antes todos nos conocíamos, todos éramos parientes”.

¿Cómo era este sector de la ciudad cuando era niño?

Allá por los años 64, tenía como 9 o 10 años, yo vivía en la Cordero y 9 de Octubre (a un pasito de la avenida Amazonas). En esa época había el Colón Camal que pasaba por la Colón. Realmente la ciudad –como ciudad- se acababa en la Orellana, a la altura del Colegio Militar. Más allá, había unas pocas casas y era pavimentado hasta el aeropuerto. A los lados de la carretera del aeropuerto se erigían casas de adobe, y una que otra construcción.

Por supuesto que La Mariscal es de los años 30. Justamente, un tío abuelo mío fue uno de los primeros que se pasó allá. Enrique Terán, novelista autor del Cojo Navarrete. Entonces, él se pasó y luego lo hizo mi mamá, a la 9 de Octubre y Ramírez Dávalos, actualmente clínica Pichincha. Él vivía como aislado en esa época. En la casa tenía perros, gallinas, y más. Después el lugar fue poco a poco poblándose. Fíjese que el tranvía hasta los años cincuenta llegaba hasta ahí.

Pero había poquísimo. En esa época - en el 64- íbamos a pasear en bicicleta a la avenida Amazonas. Y así de aburrimiento a veces, dejábamos la bicicleta y nos sentábamos en la vereda. Nos poníamos a contar los carros que pasaban. En toda la avenida Amazonas, lo único que había era un sitio donde vendían helados. Cada uno costaba un sucre, lo mismo que costaba El Comercio, de lunes a sábado. Los domingos valía un sucre con veinte centavos porque había un suplemento, equivalente a la actual revista familia, ‘Hablemos’, que se publicaba en Miami y se distribuía en toda Latinoamérica. Los helados en ese sitio costaban un sucre, y uno con veinte el especial, el de ron pasas, porque le aumentaban un poquito de ron y algunas pasas. Era la diversión del domingo: caminar y comer un helado.

Aunque ya existía el Estadio del Atahualpa, todavía se jugaban muchos partidos en el Estadio del Arbolito, de El Ejido. Entonces, me acuerdo que alguna vez se iba uno a ese estadio. Yo no conocía mucho de fútbol, porque en Estados Unidos más se practica el beisbol, pero los primeros partidos que vi fueron ahí. O si no, también acudíamos a misa en la iglesia de Santa Teresita, para ver a las chicas.

¿Ya existía la Plaza Foch en ese entonces?

No, ¿eso es la Foch y Reina Victoria? No todo ese sector era de casas residenciales. Incluso en la Colón no había edificios. Fue a partir del 66, cuando ponen la Favorita, (se le puso ese nombre porque el padre de los –Rigth- empezó con una covacha en Santo Domingo como distribuidor de los aceites La Favorita, por eso le puso así al supermercado). Pero no era el primero en Quito, en realidad fue el segundo. El pionero estaba cerca de la Universidad Central. El 7 y 9 se llamaba, y estaba cerca del el mercado de Santa Clara. También fue el primer lugar donde pusieron escaleras eléctricas y la gente se iba solo por ver esa novedad. Cuando ya pusieron eso empezaron a poner más negocios.

Las Vegdage, hijas del turco (turco se le decía a todos los libaneses, porque cuando vinieron en 1900, Líbano no era un país independiente. Era como una colonia de Turquía). El turco Vegdage tenía los casimires en el centro, frente al cine Hollywood, y las hijas se pusieron las modas Vegdage en la avenida Amazonas. Mi hermana se puso un almacén en Amazonas y Foch, se llamaba el Dominique. Era de moda, pero no muy sofisticada, sino de ropa informal para hombres y mujeres. Las primeras cosas unisex que aparecieron fueron los jeans. En esa época eran los de Imán. Al frente, en Amazonas y Calama, un judío se puso una heladería que causó sensación porque vendía yogurt, helados con yogurt y ofrecía los sabores más raros. Uno podía entrar y pedirle un helado de alfalfa, que te lo hacían. Tenían como cien sabores. Era impresionante. Él hizo bastante plata. Lo último que supe es que se retiró a vivir en Israel, en Tel Aviv. El sitio que arrendaba era la casa de una prima. Es que toda mi familia estaba concentrada en el sector. En el Quito de antes todos nos conocíamos, todos éramos parientes.

Luego comenzaron a aumentar cosas. Pusieron La Fuente, un restaurante bien bonito, frente al supermercado La Favorita, donde uno iba y le servían papas fritas, que era como una cosa rara, americana. Le servían en un plato y con tenedor. En la Cordero y Amazonas comenzó a funcionar un sitio que era como un bar, no propiamente discoteca, pero sí se podía bailar. Se llamaba el Candil. Había un señor que luego fue hasta político, Eduardo Zurita, que tocaba el órgano. Sacó algunos discos y todo. El año 67, yo tenía unos 12 o 13 años y las primeras fiestas de Quito ya empezaron en esa época, pero no en la Foch, sino en el Parque Gabriela Mistral.

Ya había más movimiento. Aparecieron grupos de los corredores de autos, de amigos y más. La gente empezaba a pasearse en la avenida Amazonas. En una publicación de Vistazo decía: ¿Será este el nuevo centro de Quito? No habían más de diez almacenes. Entonces, empieza a agrandarse, en los 70 nosotros nos cambiamos de casa. Nos fuimos a vivir por la Shyris, por la

tribuna, porque la ciudad ya era muy comercial. Todas las casas comenzaron a arrendar para locales y hacer edificios.

Un joven que quería ver a sus amigos, o saber con quién estaba su ex, tenía que ir a la Amazonas. Cerca de la Colón y Amazonas funcionaba Radio Musical. Recién estaba apareciendo el FM ahí. Comenzó con una música instrumental y no todo el mundo tenía aparatos con FM. Era algo nuevo. Pero en las AM, en los 570, kilociclos, por eso era en el 57 del dial. Todas las noches, daban mensajes sin apellidos. De Edwin para Isabel. Y todo el mundo oía esa radio. Los canales de televisión eran menos.

Ya en los 70, cuando viene la época del gobierno militar y el petróleo, esto crece desmesuradamente. Crecen las urbanizaciones más al norte. Asoma el CCI. Cuando todo el mundo decía quién va a ir a comprar allá, pero resultó ser una locura. Entonces la ciudad comienza a crecer y a crecer. Nosotros nos salimos a tiempo. Recuerdo que me fui a Europa en el 79, cuando regresé en el 82, fui a las fiestas de Quito y ya era otra cosa. Había delincuencia, prostitución, robos en las casas.

Cuando en nuestra época, alguna vez que hubo unos robos, los vecinos nos organizamos e hicimos una fiesta falsa para ver quiénes eran los que robaban los carros y los capturamos. Pero por supuesto, ya eso había cambiado. Nadie sabía quién vivía a lado. A partir de allí comienza a dañarse el barrio. En el año 90, salíamos, a veces, solo por nota con mi hermano mayor, con nuestras esposas a ver las prostitutas. Íbamos por la Plaza Foch. Cuando pasábamos ellas se acercaban y las señoras se asustaban y querían irse. La Plaza Foch era el lugar donde se encontraban las prostitutas de cierta categoría porque eran otras las que se encontraban en la 24 de Mayo.

¿Cómo se construyó la plaza?

Eso fue una idea de los que vivían ahí y de quienes tenían los almacenes. Dijeron salvemos un poco esto y cambiaron. Con la ayuda del Municipio y la Policía. Era un sitio bueno en el sentido que por ejemplo tenía cerca librerías, como Libri Mundi. La cambiaron y le dieron una connotación de plaza cultural y eso no fue hasta hace 10 años, cuando ese concepto de plaza perduraba. Pero obviamente, se les abrió el ojo para el negocio. Comenzaron a meter locales de comidas, y de otras cosas hasta llegar a la situación actual. Claro, ahorita es el sitio para ir a los tragos. Se ha vuelto peligroso. Cambió. Desgraciadamente, es muy difícil con lo que ha pasado en los últimos años, me refiero al asunto de esta inmigración indiscriminada, indiscriminado ingreso de gente de todos los países sin revisar quiénes son. Hacen que en toda esa zona de las

Mariscal. Siempre fue un barrio muy cálido, incluso en la época en que se dañó un poco, no era tan peligroso como es ahora. Hoy increíblemente pese a la recuperación, pese a que han puesto los negocios que implica presencia de policías se ha hecho más peligroso. Si hace 20 años era peligroso, hoy es mucho más. Ya todo el mundo se ha ido pero tengo una prima que aún vive ahí.





## Postales

### Mitad del Mundo

En el siglo XVIII un grupo de científicos franceses se dedicaron al estudio y medida del planeta. En 1776 su misión de determinar el arco del meridiano del hemisferio sur los trajo a Quito, el actual Ecuador, que debe su nombre precisamente a este hecho. El equipo de especialistas pasó casi ocho años colocando sus mediciones a largo del campo andino. En la latitud 0-0-0, sobre la línea ecuatorial, se encuentra la grandiosa pirámide del Monumento Equinoccial. Colocado con sus cuatro monolitos en 1979, el monolito central está decorado con un globo rodeado por una cinta de plata que representa al Ecuador.

# Marcha de las Putas: "Si hay maltrato, se acabó el trato"

Esta es una iniciativa de mujeres a nivel mundial. La marcha se celebra en Mar del Plata, Buenos Aires, Lima, Medellín, Cali, Rosario y en Cuenca.

Carmela Witt

Como es usual hoy en día, la concentración fue convocada por redes sociales. En Facebook la página de Fark Marcha de las Putas Ecuador, fue el espacio para invitar, debatir y convocar a participar en este acto de protesta que se realizó el sábado pasado, en un recorrido que inició en el Arco de El Ejido y terminó con un concierto en la Plaza Foch.

Esta fue la segunda edición de la 'Marcha de las Putas'. La lluvia y el frío no impidieron que los grupos feministas, hombres, mujeres, niños y niñas, participen en este acto de protesta contra el abuso y la falta de respeto que sufren las mujeres en el espacio público y también dentro de casa, en el núcleo familiar.

Para estas mujeres, empoderadas de sus derechos, el agua-cero que cobijó la tarde quinceña era lo de menos. Intercambian cubris sus canales del agua, gritando consignas como: "No es libre el cuerpo de la mujer", "No es libre el cuerpo de la mujer", "No es libre el cuerpo de la mujer".

Y aunque la Marcha de las Putas es un espacio que busca reivindicar el papel de la mujer en la sociedad y la obligación de respetar su cuerpo, sus decisiones, su forma de actuar, de pensar, de vivir, esta convocatoria también fue apoyada por movimientos GLBTI, por hombres y por otros grupos ciudadanos.

Ama como que lo que se quiere



Las mujeres se reunieron y marcharon con carteles, gritando consignas durante el trayecto que comenzó en El Ejido.

La marcha culminó en la Plaza Foch donde se levantó una tarima en la que se realizó un concierto alusivo al evento.

no conseguir con este tipo de expresiones es sentir un precedente de la no violencia contra la mujer. "Porque los cuerpos de las mujeres deben ser respetados, no se puede seguir explotándolos por su vulnerabilidad. Nada puede justificar la violencia. Hacemos todo un trabajo político para la redefinición de la palabra 'puta' y lo que significa para las mujeres y para los hombres también", señaló.

Las organizadoras recuerdan que esta es una manera de llamar la atención a las autoridades y a la sociedad, con el fin de romper el paradigma de la violencia y su acepción como algo natural hacia la mujer.

La marcha inició puntual. A las 20:00 salieron de El Ejido y gritando cosas como: "¡Que llueva, que llueva, las putas no

se ahuecan".

Conversaban con las personas que no estaban al tanto de la marcha. "Si se escandaliza la palabra puta, ¿por qué no se escandaliza la violencia contra la mujer?" explicaba Josefa a una mujer de la tercera edad, quien decía que las "malas palabras no son una forma de generar respeto".

"Quiero reivindicarme como una mujer libre y que es dueña de sí misma", mencionó Adriana Marzano, quien participó de la manifestación. Ella comentó que desde que se creó de la iniciativa el año pasado, se ha mantenido en contacto con los grupos feministas.

Sabe que la estigmatización empieza cuando una chica usa minifalda y automáticamente se convierte en 'puta'. Por eso, asegura que la frase "Todas

## Dato

Las frases que más se repitieron: "¡No, es no!", "¡Después o vestidas o desnudas!", "¡Mi cuerpo, mi decisión!"...

seremos Putas" es la que mejor describe el sentir de las mujeres.

"No importa cómo se vistan, cómo caminen, cómo bailen, cómo hablen, cómo veas el sexo, la maternidad, el trabajo, el hogar, siempre habrá un hombre o una mujer machista que se recuerda que lo que está haciendo está fuera de los códigos sociales aceptados para las mujeres".

Joel Lúiz, un joven de 29 años comentó que él es heterosexual, sin embargo tiene un hermano gay y tres hermanas y por su situación familiar acepta que esta sociedad está 'configurada' solo para que los hombres sean libres. "Tal a la marcha por segunda ocasión para decir basta a la violencia, basta a la estigmatización y lo seguiremos haciendo todos los años".

## El aguacero fue el rival de la caminata por la tolerancia

### QUITO

**La Marcha de las Putas en contra de la violencia de género se realizó en La Mariscal, pero sin reunir la gente que hubo el año anterior.**

Alejandro Ribadeneyra, Editor  
alrj@elcomercio.com

Nathaly Rueda estaba empapada. El lecho sopó. Desde el arco del parque El Ejido había comandado a la Marcha de las Putas hasta la plaza Foch, bajo un implacable aguacero. No la protegía un paraguas ni tampoco vestía champa. En términos futbolísticos, lo dejó todo en esas 12 cuadras del centro norte de Quito, donde gritó junto a sus compañeras: "¡No es no, qué parte no entendiste, la ene o la o!". Lástima que el cotejo, para seguir con la metáfora del balón, se jugó entre paños.

Rueda tiene 17 años, brackets azules e invitó un año entero en la organización de la marcha. Fue de las colaboradoras que, con disciplina militancia y derroche de fe, acudía al Centro de Arte Contemporáneo cada fin de semana para discutir, aportar, compartir y ensanchar su esperanza en un mundo sin agresiones.

El sábado por la tarde, asumió la misión de ser la guía de la marcha convocada por segundo año consecutivo para protestar en contra de la discriminación de género y de la violencia que sufren las mujeres. Fue un recorrido en contra de los machistas, los "bulos", los golpeadores, los misóginos y los violadores. Pero el rival más fuerte, en esta ocasión, fue el clima, el cual no permitió juntar la misma cantidad de gente que hubo en el 2012.

A los eventos públicos se los evalúa, entre otros aspectos, por su convocatoria. En la plaza Foch, donde al término de la marcha se cumplió un festival cultural, había espacio para moverse con mucha libertad, casi como en el Anahuapac cuando jugaba Católica.

Esta referenciada convocatoria fue un alivio para Alejandra Montenegro, la administradora de La Mariscal, quien, previendo galería llena, había coordinado un gran operativo que involucró a 120 personas de las policías Nacional y Metropolitana, bomberos, Cruz Roja y funcionarios municipales, entre otros. Las cámaras de vigilancia, los oportunos cercos viales y la



Desde El Ejido. La marcha realizada este fin de semana salió del parque hasta la plaza Foch.



Convocatoria. Activistas, artistas y simpatizantes de la marcha caminaron por las calles del centro norte del Distrito.

restricción de alcohol completaron un circuito impecable que terminó siendo demasiado grande. La lluvia, y quizás Alejandro Saray, que cantaba más allá, en el Rumiñahui, ayudaron a esto.

Tampoco fueron efectivas las giras por determinados medios de comunicación ni la campaña en las redes sociales (4 673 me gusta) hubo en la página oficial de Facebook. Quizás no somos íñez.

La baja asistencia y la tempestad no desanimaron a Nathaly Rueda. Todo lo contrario. Desde el inicio, fue la voz cantante de la peregrinación. Ella defendía a los marchantes cuando iban muy deprisa, "¡Juntense más!". O bien los obligaba a ir más rápido, cuando el policía con quien coordinaba el desplazamiento le pedía apurar el paso en

determinada esquina. Rueda cantaba. Animaba. Aplaudía.

Detrás caminaron artistas que hacían performance, percussionistas, malabaristas y simpatizantes con letreros de este estilo: "Mi vagina, mis reglas". "No me silbes que no soy perro". "A Eva le sobran razones para morder la manzana".

También había músicos que animaban la caminata con, entre otras melodías, El africano, de Wilfrido Vargas (cuya letra no es precisamente un himno feminista). Y no faltó la infaltable y adaptable proclama "¡Alerta, alerta que caminan las putas por América Latina!".

En el recorrido, activistas repartían folletines con información de sus organizaciones. Otros, los de Copprende, distribuían preservativos made in Tailandia y teléfonos

### Detalles de la marcha

► La Marcha de las Putas comenzó en Canadá, cuando el policía Michael Sanguinetti dio una conferencia en la Facultad de Derecho de Osgoode Hall (Toronto), acerca de la prevención de la violencia sexual. Los asistentes protestaron cuando señaló: "Las mujeres deberían dejar de vestirse como putas para evitar violaciones".

► Según datos de colectivos feministas, seis de cada 10 mujeres sufren algún tipo de maltrato en el Ecuador.

para despejar dudas sobre la píldora de emergencia para embarazos. Algunos repartían camisetas de la firma Maqueto diseñadas para la ocasión. Estudiantes de universidades y periodistas abordaban a los manifestantes para entrevistarlos. A todos ellos, Nathaly Rueda, una estudiante de La Inmaculada convencida de que luchar por la tolerancia es una causa justa, los llevó sanos y salvos, a la Foch.

La velada terminó con presentaciones musicales, lecturas de manifiestos y proclamas. La extraña sensación de que el público no era el que esperaba ver en la plaza del norte de Quito, arrancó un leve gesto de molestia en Nathaly Rueda. Pero también le hizo lanzar una promesa: trabajar más duro para llenar la Foch en el 2014.

### Un buen día para recordar que...

## La Madre Tierra está en peligro por culpa del hombre

### AMBIENTE

**Hoy se conmemora el Día de la Madre Tierra. Se realizarán actos en Quito y otras ciudades.**

Redacción Sociedad

Es una ironía que el peor enemigo de la Madre Tierra haya dedicado un día para conmemorar los daños que sufre el mundo por culpa del hombre. Pero, ya que está oficializado, la humanidad tiene hoy la oportunidad para recordar que, si el planeta se vuelve inhabitable para la vida, ¿a dónde irá a vivir?

Desde 1970, cada 22 de abril, las naciones celebran el Día de la Madre Tierra. Fue establecido en homenaje a una gran movilización en Estados Unidos, promovida por el senador y activista ecológico Gaylord Nelson, quien presionaba para que el Gobierno de ese país creara alguna entidad oficial que atendiera los problemas ambientales. Así nació la Environmental Protection Agency (Agencia de Protección Ambiental) y leyes ecológicas.

43 años después, las preocupaciones que quitaban el sueño a Nelson no solo que se mantienen, sino que han aumentado. Al hambre por la falta de comida, la contaminación del aire y el agua por la industrialización y la tala de árboles, se agregan ahora los efectos del cambio climático, que están trastocando la cotidianidad de la gente y pone en peligro a especies de animales y plantas.

Por eso, en su mensaje para este día, el secretario general de la ONU, el surcoreano Ban Ki-moon, expresó: "La proclamación del 22 de abril como Día Internacional de la Madre Tierra supone el reconocimiento de que la Tierra y sus ecosistemas nos proporcionan la vida y el sustento a lo largo de nuestra existencia. También supone reconocer la responsabilidad que nos corresponde, como se expone en la Declaración de Río de 1992, de promover la armonía con la naturaleza y la Tierra a fin de alcanzar un justo equilibrio entre las necesidades económicas, sociales y ambientales de las generaciones presentes y futuras".

Ecuador no es ajeno a esta conmemoración. Para hoy en Quito, el Ministerio del Ambiente organiza un simbólico recorrido en bicicleta que parte, a las 18:00, desde la Madrid 11 59 y Andaluza. La ruta que comprende tres kilómetros incluye las calles Tole-

do, Ladrón de Guevara y la avenida 12 de Octubre, hasta la plaza El Quinde. Está previsto que se realice una ocupación simbólica de la plaza, donde tendrá lugar un programa cultural que incluye la proyección de videos y que los participantes enciendan velas en el piedal hogar.

Antes, los guardianes del planeta (personajes concientizadores del Ministerio), visitarán oficinas, locales comerciales y hogares en la zona de La Mariscal, con un mensaje sobre el ahorro uso eficiente de energía.

Este evento es el inicio de una campaña que busca sensibilizar a los ciudadanos para que actúen con responsabilidad ambiental, ahorrando recursos. En Guayaquil y Portoviejo se cumplen hoy eventos similares.



Los paisajes, en peligro. El cambio climático puede alterar el esplendor de lugares como las Cataratas del Iguaçu.